

The Effect Of Service Quality And Price On Customer Satisfaction At Toko HP Dan Cell Gurah, Kediri Regency

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri

Andrean Nur Arifin

Manajemen, Universitas Kadiri, Indonesia

andre.arifin16@gmail.com

**Corresponding Author*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of service quality and price on customer satisfaction at Toko HP Dan Cell Gurah, Kediri Regency. This study employed a quantitative approach using a survey method. The population consisted of all customers of Toko HP Dan Cell Gurah, Kediri Regency, with a sample of 100 respondents. The sampling technique used was accidental sampling. Data were collected through questionnaires, observation, documentation, and library research. The data analysis techniques included validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results show that service quality partially has a significant effect on customer satisfaction. Price also partially has a significant effect on customer satisfaction. In addition, service quality and price simultaneously have a significant effect on customer satisfaction at Toko HP Dan Cell Gurah, Kediri Regency. The coefficient of determination value of 28.5% indicates that service quality and price are able to explain 28.5% of the variation in customer satisfaction, while the remaining 71.5% is influenced by other variables not examined in this study. These findings indicate that improving service quality and setting appropriate prices can serve as important strategies to increase customer satisfaction.

Keywords: *service quality, price, customer satisfaction.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga juga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri. Nilai koefisien determinasi sebesar 28,5% menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan sebesar 28,5%, sedangkan sisanya sebesar 71,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan penetapan harga yang tepat dapat menjadi strategi penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan.

1. Pendahuluan

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu memahami kebutuhan, keinginan, serta harapan pelanggan secara lebih tepat. Dalam kondisi pasar yang kompetitif, perusahaan tidak cukup hanya menawarkan produk yang dibutuhkan konsumen, tetapi juga harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan harga yang

sesuai dengan nilai yang diterima pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha karena pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi positif, serta membangun loyalitas terhadap perusahaan.

Dalam kajian pemasaran, kepuasan pelanggan dipahami sebagai respons evaluatif pelanggan setelah membandingkan antara harapan sebelum membeli dengan kinerja produk atau layanan yang diterima. Apabila kinerja yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, apabila kinerja yang diterima berada di bawah harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, kepuasan pelanggan menjadi indikator penting bagi keberhasilan suatu usaha, terutama pada sektor perdagangan dan jasa yang berhubungan langsung dengan konsumen.

Salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, baik dari segi keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, maupun bukti fisik yang diberikan kepada konsumen (Parasuraman et al., 1988). Pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, meningkatkan kepercayaan, serta memperkuat hubungan antara pelanggan dan perusahaan. Dalam dunia usaha yang kompetitif, kualitas pelayanan sering menjadi pembeda utama ketika produk yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan relatif sama.

Selain kualitas pelayanan, harga juga menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2023). Dalam proses pengambilan keputusan pembelian, konsumen sering membandingkan harga dari beberapa alternatif produk atau toko sebelum menentukan pilihan. Harga yang dianggap sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diterima dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, harga yang dinilai terlalu tinggi atau tidak sebanding dengan manfaat yang diperoleh dapat menurunkan kepuasan pelanggan.

Perkembangan teknologi komunikasi, khususnya handphone, telah mendorong pertumbuhan usaha perdagangan produk telekomunikasi dan aksesorisnya. Handphone tidak lagi dipandang sebagai barang mewah yang hanya dimiliki oleh kelompok masyarakat tertentu, tetapi telah menjadi kebutuhan penting bagi hampir semua lapisan masyarakat. Fungsi handphone tidak hanya terbatas sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana hiburan, pekerjaan, pendidikan, transaksi digital, bahkan bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Kondisi ini membuka peluang besar bagi pelaku usaha di bidang penjualan handphone dan aksesoris untuk terus berkembang.

Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam penjualan handphone dan aksesoris. Dalam menghadapi persaingan dengan toko sejenis, usaha ini perlu memperhatikan kualitas pelayanan dan penetapan harga agar mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan pada umumnya tidak hanya mempertimbangkan jenis dan kualitas produk yang dijual, tetapi juga keramahan pelayanan, kecepatan pelayanan, kemampuan karyawan dalam memberikan informasi produk, kenyamanan tempat, serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh.

Permasalahan yang sering muncul dalam usaha perdagangan handphone adalah semakin banyaknya pilihan toko sejenis, variasi harga yang kompetitif, serta meningkatnya tuntutan pelanggan terhadap pelayanan yang cepat dan informatif. Apabila toko tidak mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan harga yang sesuai, pelanggan dapat dengan mudah beralih ke toko lain. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko HP Dan Cell Gurah

Kabupaten Kediri. Secara khusus, penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, serta pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dalam pengembangan kajian pemasaran, khususnya mengenai perilaku konsumen dan kepuasan pelanggan. Selain itu, secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak toko dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan menetapkan strategi harga yang lebih tepat guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Kajian Pustaka

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, terutama pada usaha perdagangan dan jasa yang berinteraksi langsung dengan konsumen. Kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima pelanggan sesuai dengan harapannya, maka pelayanan tersebut dinilai berkualitas dan mampu menciptakan kepuasan.

Menurut Tjiptono (2023), kualitas pelayanan berkaitan dengan tingkat keunggulan yang diharapkan pelanggan serta pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sementara itu, Lupiyoadi dan Hamdani (2022) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan menunjukkan sejauh mana perbedaan antara harapan pelanggan dengan kenyataan layanan yang diterima. Dengan demikian, kualitas pelayanan tidak hanya dilihat dari sudut pandang perusahaan, tetapi terutama dari persepsi pelanggan sebagai penerima layanan.

Dalam penelitian (Djunaedi et al., 2020), kualitas pelayanan diukur melalui lima indikator utama, yaitu bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan. Bukti fisik berkaitan dengan fasilitas, perlengkapan, serta penampilan karyawan. Empati menunjukkan perhatian dan kepedulian kepada pelanggan. Keandalan berkaitan dengan kemampuan memberikan layanan secara tepat dan akurat. Daya tanggap mencerminkan kesediaan membantu pelanggan dengan cepat, sedangkan jaminan berkaitan dengan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan dalam menumbuhkan kepercayaan pelanggan.

Harga

Harga merupakan salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran yang berpengaruh terhadap keputusan dan kepuasan pelanggan. Harga adalah atribut produk yang paling sering digunakan oleh sebagian konsumen untuk mengevaluasi produk, untuk sebagian besar konsumen Indonesia maka harga adalah faktor utama yang dipertimbangkan dalam memilih produk maupun jasa (Octarini et al., 2023). Menurut (Yossie Yoellian, Gandung Satriyono, 2022) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari yang memiliki atau pengguna produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap pembeli. Dalam konteks persaingan bisnis, permintaan dan harga biasanya berbanding terbalik, yaitu semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan akan produk tersebut, dan sebaliknya, semakin rendah harga yang ditawarkan, semakin tinggi permintaan akan produk tersebut (Yenny Ferdiana, Ria Lestari Pangastuti, 2023).

Kotler dan Armstrong (2023) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen untuk memperoleh manfaat dari produk atau jasa tersebut. Harga juga dapat berfungsi sebagai indikator nilai, karena pelanggan sering mengaitkan harga dengan manfaat dan kualitas yang diperoleh. Apabila harga yang ditawarkan dianggap sesuai dengan manfaat yang diterima, maka pelanggan akan merasa puas.

Dalam penelitian ini, harga dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu persepsi harga, prosedur harga, dan kewajaran harga. Persepsi harga berkaitan dengan penilaian pelanggan terhadap kesesuaian harga dengan kualitas produk. Prosedur harga berkaitan dengan informasi dan kemudahan dalam proses pembayaran. Kewajaran harga menunjukkan sejauh mana harga yang ditawarkan dianggap pantas, stabil, dan sesuai dengan kemampuan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut (Yunanto, 2024) merupakan respons pelanggan setelah membandingkan antara harapan sebelum membeli dengan kinerja produk atau layanan yang diterima. Pelanggan akan merasa puas apabila produk atau layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapannya. Sebaliknya, pelanggan akan merasa tidak puas apabila kinerja produk atau layanan berada di bawah harapan.

Menurut Kotler (2024), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Tjiptono (2023) juga menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dapat terbentuk apabila perusahaan mampu memberikan nilai, kualitas produk, dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan penting bagi perusahaan karena dapat mendorong pembelian ulang, loyalitas, serta rekomendasi positif dari pelanggan kepada orang lain.

Dalam penelitian ini, kepuasan pelanggan diukur melalui tiga indikator utama, yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Kesesuaian harapan menunjukkan sejauh mana produk dan pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan. Minat berkunjung kembali menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, sedangkan kesediaan merekomendasikan menggambarkan kemauan pelanggan untuk menyarankan produk atau toko kepada orang lain.

Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, meningkatkan kepercayaan, dan mendorong pelanggan untuk kembali melakukan pembelian. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat menimbulkan ketidakpuasan dan membuat pelanggan beralih ke pesaing.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Tumvila (2021), Amalina (2021), Elmasari (2022), dan Lutfi (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen atau pelanggan dalam berbagai sektor usaha. Oleh karena itu, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

Hubungan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung merasa puas apabila harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas produk, manfaat yang diperoleh, dan pelayanan yang diterima. Harga yang wajar dan kompetitif dapat menjadi daya tarik bagi pelanggan, terutama dalam bisnis penjualan handphone dan aksesoris yang memiliki banyak pesaing.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu variabel yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian Tumvila (2021), Amalina (2021), dan Swadono (2021) memasukkan harga atau persepsi harga sebagai faktor yang berhubungan dengan kepuasan konsumen atau pelanggan. Dengan demikian, penetapan harga yang tepat dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Berdasarkan kajian pustaka, kualitas pelayanan dan harga merupakan variabel bebas yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman positif kepada pelanggan, sedangkan harga yang sesuai akan memperkuat persepsi pelanggan terhadap nilai produk yang diterima. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut diduga memiliki pengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1:** Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri.
- H2:** Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri.
- H3:** Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri.

3. Research Methods

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data penelitian berbentuk angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Menurut Sugiyono (2024), metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada data numerik dan digunakan untuk menguji hubungan atau pengaruh antarvariabel. Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri.

Penelitian ini dilakukan pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri yang berlokasi di Jl. Dr. Wahidin Sudirohusodo No. 240, Kecamatan Gurah, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Periode penelitian dilaksanakan pada bulan September sampai dengan November 2025. Objek penelitian ini adalah pelanggan Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri, dengan fokus kajian pada kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus margin of error pada tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 10%. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh jumlah sampel sebesar 96,04 responden, kemudian dibulatkan menjadi 100 responden agar memudahkan proses pengumpulan dan pengolahan data. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan siapa saja pelanggan yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap sesuai sebagai sumber data (Sugiyono, 2024).

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel ilmiah, dokumen pendukung, serta sumber lain yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama untuk memperoleh data mengenai persepsi responden terhadap kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan.

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas meliputi kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2), sedangkan variabel terikat adalah kepuasan pelanggan (Y). Kualitas pelayanan diukur melalui indikator keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik. Harga diukur melalui indikator tingkat harga dan potongan harga. Sementara itu, kepuasan pelanggan diukur melalui indikator kesesuaian

harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert.

Sebelum data dianalisis, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Item pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel. Sementara itu, uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien reliabilitas memenuhi kriteria yang ditetapkan.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antarvariabel bebas dalam model regresi. Sementara itu, uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dalam model regresi.

Model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t , uji F , dan koefisien determinasi. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel kualitas pelayanan dan harga dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05.

4. Results and Discussions

Hasil Penelitian

Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil pelanggan Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri yang menjadi sampel penelitian. Karakteristik responden meliputi jenis kelamin, pekerjaan, usia, dan frekuensi penggunaan jasa toko. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang. Ringkasan karakteristik responden disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden

| No. | Karakteristik | Kategori | Jumlah | Persentase (%) |
|-----|---------------|----------------|--------|----------------|
| 1 | Jenis Kelamin | Laki-laki | 54 | 54% |
| | | Perempuan | 46 | 46% |
| | | Total | 100 | 100% |
| 2 | Pekerjaan | Pelajar | 35 | 35% |
| | | Mahasiswa | 40 | 40% |
| | | Pegawai Swasta | 15 | 15% |
| | | Wiraswasta | 10 | 10% |
| | | PNS | 0 | 0% |
| | | Lainnya | 0 | 0% |
| | Total | 100 | 100% | |
| 3 | Usia | 11–20 tahun | 30 | 30% |

| | | | | |
|---|---------------------------|-------------|-----|------|
| | | 21–30 tahun | 35 | 35% |
| | | 31–40 tahun | 15 | 15% |
| | | 41–50 tahun | 10 | 10% |
| | | > 50 tahun | 10 | 10% |
| | | Total | 100 | 100% |
| 4 | Frekuensi Penggunaan Jasa | 1–2 kali | 20 | 20% |
| | | 3–4 kali | 15 | 15% |
| | | 5–6 kali | 28 | 28% |
| | | > 6 kali | 37 | 37% |
| | | Total | 100 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2026).

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki sebanyak 54 orang atau 54%, sedangkan responden perempuan sebanyak 46 orang atau 46%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri yang menjadi responden penelitian lebih banyak berasal dari kelompok laki-laki.

Dilihat dari pekerjaan, mayoritas responden adalah mahasiswa, yaitu sebanyak 40 orang atau 40%. Selanjutnya, responden yang berstatus pelajar sebanyak 35 orang atau 35%, pegawai swasta sebanyak 15 orang atau 15%, dan wiraswasta sebanyak 10 orang atau 10%. Sementara itu, tidak terdapat responden yang berprofesi sebagai PNS maupun kategori pekerjaan lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan toko didominasi oleh kalangan pelajar dan mahasiswa.

Berdasarkan usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 21–30 tahun, yaitu sebanyak 35 orang atau 35%. Responden berusia 11–20 tahun berjumlah 30 orang atau 30%, usia 31–40 tahun sebanyak 15 orang atau 15%, usia 41–50 tahun sebanyak 10 orang atau 10%, dan usia lebih dari 50 tahun sebanyak 10 orang atau 10%. Dengan demikian, pelanggan Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri didominasi oleh kelompok usia muda.

Sementara itu, berdasarkan frekuensi penggunaan jasa, mayoritas responden telah menggunakan jasa Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri lebih dari 6 kali, yaitu sebanyak 37 orang atau 37%. Responden yang menggunakan jasa sebanyak 5–6 kali berjumlah 28 orang atau 28%, sebanyak 1–2 kali berjumlah 20 orang atau 20%, dan sebanyak 3–4 kali berjumlah 15 orang atau 15%. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan pelanggan yang cukup sering menggunakan jasa toko, sehingga dinilai relevan dalam memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan.

Deskripsi Jawaban Responden

Deskripsi jawaban responden digunakan untuk mengetahui kecenderungan penilaian responden terhadap variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri. Analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan nilai rata-rata atau *arithmetic mean*. Nilai rata-rata tersebut kemudian diklasifikasikan ke dalam lima kategori, yaitu skor 1,00–1,79 termasuk sangat rendah, 1,80–2,59 termasuk rendah, 2,60–3,39 termasuk cukup, 3,40–4,19 termasuk tinggi, dan 4,20–5,00 termasuk sangat tinggi. Hasil analisis deskriptif jawaban responden disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. Deskripsi Jawaban Responden

| Variabel | Dimensi | Skor Dimensi | Butir | Indikator | Skor Rata-rata | Kategori |
|--------------------|-----------|--------------|-------|------------------------------------------|----------------|---------------|
| Kualitas Pelayanan | Keandalan | 4,17 | K1 | Ramah dan sopan dalam melayani pelanggan | 4,27 | Sangat Tinggi |

| | | | | | | |
|--------------------|------------------------------------|------|-----|------------------------------------------------------------------------|------|---------------|
| | | | K2 | Memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan cepat dan tepat | 4,09 | Tinggi |
| | | | K3 | Terampil dan sigap dalam melayani pelanggan | 4,16 | Tinggi |
| | Ketanggapan | 4,14 | K4 | Cakap dalam menjalankan tugas | 4,18 | Tinggi |
| | | | K5 | Cepat dan tepat dalam mengatasi setiap keluhan | 4,17 | Tinggi |
| | | | K6 | Terbuka terhadap saran atau kritik dari pelanggan | 4,07 | Tinggi |
| | Jaminan | 4,13 | K7 | Bertanggung jawab jika barang rusak | 4,05 | Tinggi |
| | | | K8 | Penggantian barang rusak dilakukan tepat waktu | 4,12 | Tinggi |
| | | | K9 | Konter aman untuk menyimpan barang bawaan | 4,22 | Sangat Tinggi |
| | Empati | 4,21 | K10 | Memperhatikan setiap keluhan pelanggan dengan baik | 4,28 | Sangat Tinggi |
| | | | K11 | Memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan | 4,12 | Tinggi |
| | | | K12 | Menjalin hubungan baik dengan pelanggan | 4,23 | Sangat Tinggi |
| | Bukti Fisik | 4,16 | K13 | Menyediakan fasilitas yang memadai | 4,24 | Sangat Tinggi |
| | | | K14 | Menyediakan tempat duduk sesuai jumlah pelanggan | 4,13 | Tinggi |
| | | | K15 | Menjaga kebersihan konter | 4,11 | Tinggi |
| | Total Rata-rata Kualitas Pelayanan | 4,16 | | | | Tinggi |
| Harga | Tingkat Harga | 3,81 | H1 | Harga terjangkau untuk semua kalangan | 3,88 | Tinggi |
| | | | H2 | Harga sesuai dengan fasilitas yang diberikan | 3,75 | Tinggi |
| | Potongan Harga | 4,08 | H3 | Pemilik konter memberikan diskon untuk pembelian dalam jumlah tertentu | 4,08 | Tinggi |
| | Total Rata-rata Harga | 3,90 | | | | Tinggi |
| Kepuasan Pelanggan | Kesesuaian Harapan | 4,15 | KP1 | Karyawan dapat diandalkan | 4,15 | Tinggi |
| | Minat Kunjung Kembali | 4,98 | KP2 | Pelayanan karyawan dilakukan secara profesional | 4,98 | Sangat Tinggi |

| | | | | | | |
|-------------------------------|-------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------|--------|
| Kesediaan Merekomendasikan | 3,93 | KP3 | Pemilik menjamin pelanggan dalam hal kualitas, harga, dan pelayanan | konter kepuasan dalam hal | 3,93 | Tinggi |
| Total Kepuasan Pelanggan | Rata-rata 4,02 | | | | | Tinggi |

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2026).

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memperoleh total rata-rata sebesar 4,16 dan termasuk dalam kategori tinggi. Dimensi dengan skor tertinggi adalah empati dengan rata-rata 4,21, sedangkan dimensi dengan skor terendah adalah jaminan dengan rata-rata 4,13. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai karyawan Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri telah memberikan perhatian, kepedulian, dan hubungan yang baik kepada pelanggan.

Pada variabel harga, total rata-rata yang diperoleh adalah 3,90 dan termasuk dalam kategori tinggi. Dimensi potongan harga memperoleh skor tertinggi sebesar 4,08, sedangkan dimensi tingkat harga memperoleh skor 3,81. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai harga yang ditawarkan oleh Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri sudah cukup sesuai, terutama karena adanya potongan harga atau diskon untuk pembelian dalam jumlah tertentu.

Sementara itu, variabel kepuasan pelanggan memperoleh total rata-rata sebesar 4,02 dan termasuk dalam kategori tinggi. Dimensi dengan skor tertinggi adalah minat kunjung kembali dengan rata-rata 4,98, sedangkan skor terendah terdapat pada dimensi kesediaan merekomendasikan dengan rata-rata 3,93. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa puas dan memiliki keinginan untuk kembali menggunakan jasa atau melakukan pembelian di Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri.

Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan berada dalam kategori tinggi. Artinya, pelanggan memberikan penilaian positif terhadap pelayanan, harga, serta kepuasan yang dirasakan selama bertransaksi di Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel. Dalam penelitian ini, nilai r tabel yang digunakan adalah 0,361. Hasil uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

| No. | Variabel | Item Pernyataan | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
|-----|--------------------|-----------------|----------|---------|------------|
| 1 | Kualitas Pelayanan | KP 1 | 0,503 | 0,361 | Valid |
| 2 | Kualitas Pelayanan | KP 2 | 0,642 | 0,361 | Valid |
| 3 | Kualitas Pelayanan | KP 3 | 0,582 | 0,361 | Valid |
| 4 | Kualitas Pelayanan | KP 4 | 0,694 | 0,361 | Valid |
| 5 | Kualitas Pelayanan | KP 5 | 0,443 | 0,361 | Valid |
| 6 | Kualitas Pelayanan | KP 6 | 0,561 | 0,361 | Valid |
| 7 | Kualitas Pelayanan | KP 7 | 0,533 | 0,361 | Valid |
| 8 | Kualitas Pelayanan | KP 8 | 0,667 | 0,361 | Valid |
| 9 | Kualitas Pelayanan | KP 9 | 0,493 | 0,361 | Valid |
| 10 | Kualitas Pelayanan | KP 10 | 0,578 | 0,361 | Valid |
| 11 | Kualitas Pelayanan | KP 11 | 0,614 | 0,361 | Valid |
| 12 | Kualitas Pelayanan | KP 12 | 0,488 | 0,361 | Valid |

| | | | | | |
|----|--------------------|----------------------|-------|-------|-------|
| 13 | Kualitas Pelayanan | KP 13 | 0,523 | 0,361 | Valid |
| 14 | Kualitas Pelayanan | KP 14 | 0,466 | 0,361 | Valid |
| 15 | Kualitas Pelayanan | KP 15 | 0,685 | 0,361 | Valid |
| 16 | Harga | Harga 1 | 0,411 | 0,361 | Valid |
| 17 | Harga | Harga 2 | 0,637 | 0,361 | Valid |
| 18 | Harga | Harga 3 | 0,557 | 0,361 | Valid |
| 19 | Kepuasan Pelanggan | Kepuasan Pelanggan 1 | 0,540 | 0,361 | Valid |
| 20 | Kepuasan Pelanggan | Kepuasan Pelanggan 2 | 0,423 | 0,361 | Valid |
| 21 | Kepuasan Pelanggan | Kepuasan Pelanggan 3 | 0,422 | 0,361 | Valid |

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2026).

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel 0,361. Dengan demikian, seluruh item pada variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Pada variabel harga, seluruh item pernyataan juga memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel 0,361, yaitu Harga 1 sebesar 0,411, Harga 2 sebesar 0,637, dan Harga 3 sebesar 0,557. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel harga dinyatakan valid.

Selanjutnya, pada variabel kepuasan pelanggan, seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel 0,361, yaitu Kepuasan Pelanggan 1 sebesar 0,540, Kepuasan Pelanggan 2 sebesar 0,423, dan Kepuasan Pelanggan 3 sebesar 0,422. Dengan demikian, seluruh item pada variabel kepuasan pelanggan juga dinyatakan valid.

Secara keseluruhan, hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner telah memenuhi kriteria validitas. Oleh karena itu, instrumen penelitian ini dapat digunakan untuk tahap analisis data selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

| No. | Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|-----|--------------------|------------------|------------|
| 1 | Kualitas Pelayanan | 0,894 | Reliabel |
| 2 | Harga | 0,711 | Reliabel |
| 3 | Kepuasan Pelanggan | 0,647 | Reliabel |

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2026).

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,894, variabel harga sebesar 0,711, dan variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,647. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Dengan demikian, instrumen penelitian layak digunakan untuk tahap analisis data selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, histogram, dan Normal P-P Plot. Hasil uji normalitas disajikan pada tabel berikut.

Tabel 5. Uji Normalitas

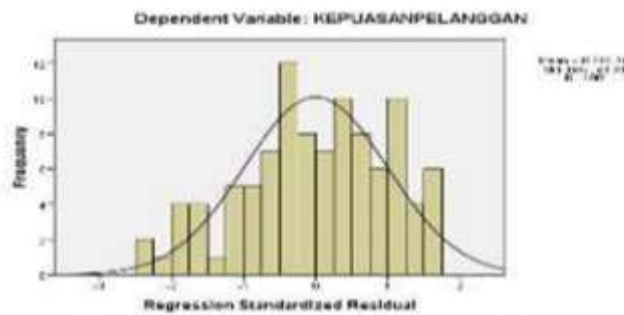
| Keterangan | Unstandardized Residual |
|------------|-------------------------|
|------------|-------------------------|

| | |
|------------------------|------------|
| N | 100 |
| Mean | 0,0000000 |
| Std. Deviation | 0,49612968 |
| Absolute | 0,068 |
| Positive | 0,050 |
| Negative | -0,068 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | 0,675 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | 0,752 |

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2026).

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,752. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 atau $0,752 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi berdistribusi normal, sehingga model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

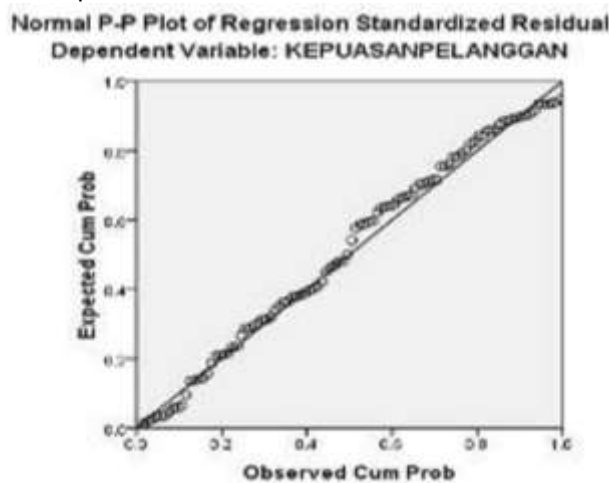
Selain menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, pengujian normalitas juga dilakukan melalui grafik histogram. Hasil uji normalitas dengan pendekatan histogram menunjukkan bahwa pola histogram membentuk kurva yang mendekati distribusi normal. Grafik tidak menceng ke kiri maupun ke kanan, sehingga dapat diartikan bahwa penyebaran data residual telah berdistribusi secara normal.



Gambar 1. Histogram Uji Normalitas

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2026).

Berdasarkan gambar histogram tersebut, dapat diketahui bahwa grafik kepuasan pelanggan pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri mengikuti pola distribusi normal. Hal ini terlihat dari bentuk histogram yang menyerupai kurva normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data dalam penelitian ini adalah normal.



Gambar 2. Normal P-P Plot

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2026).

Berdasarkan gambar Normal P-P Plot, terlihat bahwa titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Kondisi ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dengan demikian, berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov, histogram, dan Normal P-P Plot, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal dan layak digunakan untuk analisis regresi selanjutnya.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antarvariabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami gejala multikolinearitas. Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

| Model | Variabel | Tolerance | VIF |
|-------|--------------------|-----------|-------|
| 1 | Kualitas Pelayanan | 0,860 | 1,163 |
| 2 | Harga | 0,860 | 1,163 |

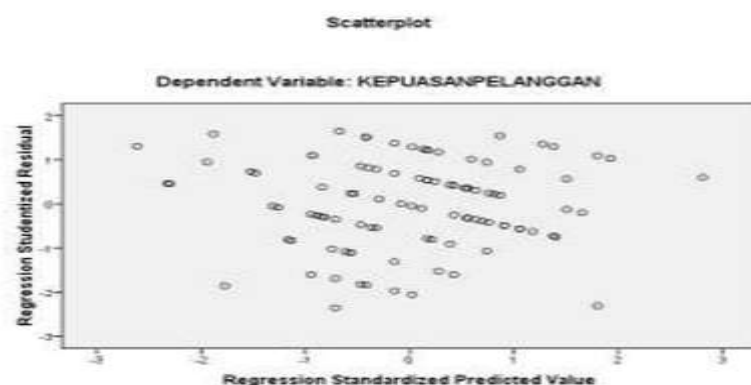
Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2026).

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai Tolerance sebesar 0,860 dan nilai VIF sebesar 1,163. Variabel harga juga memiliki nilai Tolerance sebesar 0,860 dan nilai VIF sebesar 1,163. Nilai Tolerance kedua variabel lebih besar dari 0,10, sedangkan nilai VIF lebih kecil dari 10.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas. Artinya, variabel kualitas pelayanan dan harga tidak memiliki hubungan linear yang kuat satu sama lain, sehingga keduanya layak digunakan dalam analisis regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pola penyebaran titik-titik pada grafik scatterplot.



Gambar 3. Scatterplot

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2026).

Berdasarkan gambar scatterplot di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Titik-titik juga menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Artinya, varians residual pada model regresi bersifat konstan, sehingga model regresi layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri. Hasil analisis regresi linier berganda disajikan pada tabel berikut.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients B | Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|--------------------|-------------------------------|------------|--------------------------------|-------|-------|
| Constant | 0,933 | 0,686 | - | 1,360 | 0,177 |
| Kualitas Pelayanan | 0,520 | 0,176 | 0,290 | 2,959 | 0,004 |
| Harga | 0,236 | 0,094 | 0,247 | 2,517 | 0,013 |

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2026).

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,933 + 0,520X_1 + 0,236X_2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Harga

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut.

Pertama, nilai konstanta sebesar 0,933 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan dan harga bernilai 0, maka kepuasan pelanggan memiliki nilai sebesar 0,933.

Kedua, nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,520 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,520, dengan asumsi variabel harga tetap.

Ketiga, nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,236 menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, apabila persepsi terhadap harga meningkat sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,236, dengan asumsi variabel kualitas pelayanan tetap.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga sama-sama memiliki arah pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri.

Pengujian Hipotesis

Uji t-test atau Uji Parsial

Uji t dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan harga, terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel serta melihat nilai signifikansi. Hasil uji t disajikan pada tabel berikut.

Tabel 8. Hasil Uji t

| Model | Unstandardized Coefficients B | Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|--------------------|-------------------------------|------------|--------------------------------|-------|-------|
| Constant | 0,933 | 0,686 | - | 1,360 | 0,177 |
| Kualitas Pelayanan | 0,520 | 0,176 | 0,290 | 2,959 | 0,004 |

| | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Harga | 0,236 | 0,094 | 0,247 | 2,517 | 0,013 |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2026).

Uji t dilakukan dengan taraf signifikansi sebesar **5%** atau **0,05**. Derajat kebebasan yang digunakan adalah:

$$df = n - k - 2 = 100 - 2 - 2 = 96$$

Berdasarkan derajat kebebasan tersebut, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,98498. Hasil pengujian secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut.

Pertama, variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,520, nilai t hitung sebesar 2,959, dan nilai signifikansi sebesar 0,004. Karena nilai t hitung $2,959 > t$ tabel 1,98498 dan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kedua, variabel harga (X2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,236, nilai t hitung sebesar 2,517, dan nilai signifikansi sebesar 0,013. Karena nilai t hitung $2,517 > t$ tabel 1,98498 dan nilai signifikansi $0,013 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri.

Uji F-test atau Uji Simultan

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F disajikan pada tabel berikut.

Tabel 9. Hasil Uji F

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------|
| Regression | 6,041 | 2 | 3,021 | 12,024 | 0,000 |
| Residual | 24,368 | 97 | 0,251 | | |
| Total | 30,410 | 99 | | | |

Predictors: Kualitas Pelayanan, Harga

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2026).

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 12,024 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi signifikan.

Selain itu, nilai F hitung $12,024 > F$ tabel 3,94, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel kualitas pelayanan dan harga dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan. Hasil uji koefisien determinasi disajikan pada tabel berikut.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | 0,534 | 0,285 | 0,271 | 0,39897 |

Predictors: Kualitas Pelayanan, Harga

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2026).

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0,285 atau 28,5%. Artinya, variabel kualitas pelayanan dan harga mampu menjelaskan variasi perubahan kepuasan pelanggan sebesar 28,5%. Sementara itu, sisanya sebesar 71,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 pelanggan Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri, diketahui bahwa responden didominasi oleh laki-laki sebanyak 54 orang atau 54%, sedangkan perempuan sebanyak 46 orang atau 46%. Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden adalah mahasiswa sebesar 40%, diikuti pelajar sebesar 35%, pegawai swasta sebesar 15%, dan wiraswasta sebesar 10%. Dilihat dari usia, responden terbanyak berada pada rentang usia 21–30 tahun sebesar 35%, kemudian usia 11–20 tahun sebesar 30%. Sementara itu, berdasarkan frekuensi penggunaan jasa, mayoritas responden telah menggunakan jasa Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri lebih dari 6 kali, yaitu sebesar 37%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan pelanggan yang cukup sering berinteraksi dengan toko, sehingga dapat memberikan penilaian yang relevan terhadap kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan.

Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,520 dengan nilai t hitung sebesar 2,959 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,98498. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri. Temuan ini sejalan dengan konsep bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan (Tjiptono, 2023). Pelayanan yang baik dapat dilihat dari keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, kemampuan menanggapi keluhan, perhatian kepada pelanggan, serta ketersediaan fasilitas fisik yang memadai.

Secara deskriptif, variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,16 dan termasuk dalam kategori tinggi. Dimensi empati memperoleh skor tertinggi sebesar 4,21, yang menunjukkan bahwa pelanggan menilai karyawan memiliki perhatian yang baik terhadap keluhan, memahami kebutuhan pelanggan, serta mampu menjalin hubungan yang baik. Dimensi lain seperti keandalan, ketanggapan, jaminan, dan bukti fisik juga berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting yang mendukung terciptanya kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, sigap, dan bertanggung jawab dapat memberikan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga mendorong kepuasan.

Hasil uji t juga menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,236 dengan nilai t hitung sebesar 2,517 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,98498. Artinya, harga yang ditetapkan oleh Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harga yang terjangkau, sesuai dengan fasilitas, serta adanya potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu dapat meningkatkan persepsi positif pelanggan. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Armstrong (2023), bahwa harga merupakan sejumlah nilai yang ditukar konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa.

Secara deskriptif, variabel harga memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,90 dan termasuk dalam kategori tinggi. Dimensi potongan harga memperoleh skor tertinggi sebesar 4,08, sedangkan dimensi tingkat harga memperoleh skor sebesar 3,81. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai harga yang ditawarkan cukup sesuai dengan manfaat yang diterima. Selain itu, adanya diskon atau potongan harga menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan karena pelanggan merasa memperoleh nilai lebih dari transaksi yang dilakukan.

Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 12,024 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,94. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama mampu memengaruhi kepuasan pelanggan pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri. Hasil ini memperkuat pandangan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk ketika pelanggan merasa pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan dan harga yang dibayarkan sebanding dengan manfaat yang diperoleh (Kotler & Keller, 2016).

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila karyawan mampu memberikan pelayanan yang ramah, cepat, tanggap, dan dapat dipercaya, serta apabila harga yang ditawarkan dinilai wajar dan sesuai dengan manfaat yang diterima. Oleh karena itu, Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri perlu terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga kewajaran harga, serta memberikan program potongan harga yang menarik agar kepuasan pelanggan dapat terus meningkat.

5. Penutup Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, seperti keramahan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, harga juga terbukti berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, harga yang terjangkau, sesuai dengan fasilitas, serta adanya potongan harga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri. Dengan demikian, kedua variabel tersebut merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Bagi Toko HP Dan Cell Gurah Kabupaten Kediri, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga perlu terus dipertahankan serta ditingkatkan. Pada aspek jaminan, pihak toko sebaiknya tetap menjaga tanggung jawab terhadap barang yang mengalami kerusakan, misalnya dengan menyediakan barang pengganti atau solusi yang cepat agar pelanggan tidak menunggu terlalu lama. Pada aspek empati, karyawan perlu terus memperhatikan keluhan pelanggan dengan cara merespons secara sigap, ramah, dan sopan. Selain itu, harga yang ditawarkan juga perlu tetap disesuaikan dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan, seperti ketersediaan tempat duduk yang rapi dan bersih, fasilitas pendukung yang nyaman, serta pelayanan tambahan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Program potongan harga atau diskon untuk pembelian dalam jumlah tertentu juga perlu dipertahankan dan ditingkatkan karena dapat menjadi daya tarik bagi pelanggan.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini hanya menggunakan variabel kualitas pelayanan dan harga dalam menjelaskan kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 28,5%. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat 71,5% faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan tetapi belum diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti kualitas produk, promosi, lokasi, citra toko, kepercayaan pelanggan, loyalitas pelanggan, atau pengalaman pelanggan agar hasil penelitian menjadi lebih luas dan komprehensif.

References

- Algifari. (2023). *Statistika induktif*. Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Alma, B., & Saladin, D. (2023). *Dasar-dasar pemasaran bank*. Linda Karya.
- Arikunto, S. (2024). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2022). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi*. Raja Grafindo Persada.
- Dajan, A. (2021). *Pengantar metode statistik*. LP3ES.
- Djunaedi, Pangastuti, R. L., & Mira. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Pada Dimensi Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy Dan Tangible) Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 1(2), 101–116.
- Gasperz, V. (2024). *Total quality management*. Gramedia Pustaka Utama.
- Handoko, T. H. (2023). *Manajemen personalia dan sumber daya manusia*. BPFE Press.
- Hurriati, R. (2024). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Alfabeta.
- Kotler, P. (2024). *Manajemen pemasaran: Analisis, perencanaan, implementasi, dan kontrol* (Jilid 2). PT Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi ke-12, Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Susanto, A. B. (2024). *Manajemen pemasaran*. PT Indeks.
- Laksana, F. (2022). *Manajemen pemasaran*. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani. (2022). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.
- Mariana, N. (2023). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Purworejo*. Fakultas Ekonomi UPN.
- Morrissan. (2022). *Manajemen media penyiaran: Strategi mengelola radio dan televisi*. Kencana.
- Oentoro, D. (2022). *Manajemen pemasaran modern*. Laksbang PRESSindo.
- Octarini, A. P., Ruhamak, M. D., & Andarini, M. (2023). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Makaroni Ngehe Kediri*. 4(2).
- Purnama, L. (2022). *Strategic marketing plan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rakhmat, J. (2022). *Psikologi komunikasi*. Rosdakarya.
- Rangkuti, F. (2022). *Riset pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratminto, & Winarsih, A. (2023). *Manajemen pelayanan*. Pustaka Pelajar.
- Sigit, S. (2022). *Pengantar metodologi penelitian sosial-bisnis manajemen*. Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.
- Sinambela, L. P. (2024). *Reformasi pelayanan publik: Teori, kebijakan, dan implementasi*. Bumi Aksara.
- Singarimbun, M. (2023). *Metode penelitian survai*. LP3ES.
- Stanton. (2023). *Keputusan konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2024). *Metode penelitian administrasi*. Alfabeta.
- Swasta, B., & Irawan. (2024). *Manajemen pemasaran modern*. Liberty.
- Swastha, B., & Irawan. (2023). *Manajemen pemasaran modern*. YKPN.
- Teguh, M. (2024). *Metodologi penelitian ekonomi: Teori dan aplikasi* (Edisi pertama, cetakan ketiga). Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2023). *Pemasaran jasa*. Bayumedia Publishing.
- Umar, H. (2024). *Riset sumber daya manusia dalam organisasi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Yenny Ferdiana, Ria Lestari Pangastuti, & E. T. (2023). *PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN*. 4(2), 272–282.
- Yossie Yoellian, Gundung Satriyono, B. S. (2022). *Pengaruh Pelayanan, Merek, Dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Di Toko Global Teleshop Kediri*. 3(1).
- Yunanto, Y. L. H. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan: Café Wow Sumber Podang Kediri. *Economic Reviews Journal*, 3(4), 1994–2003. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i4.582>