

ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK CABANG CITRA GARDEN 3 EXT JAKARTA BARAT

Anggi Astuti¹, Roy Irawan², Yandri Ahmad Rifandi³

anggiastuti2003@gmail.com¹, roy.ryi@bsi.ac.id², yandi.yam@bsi.ac.id³

Bina Sarana Informatika

ABSTRAK

Persaingan bisnis ritel modern yang semakin kompetitif menuntut perusahaan mampu memberikan nilai terbaik kepada konsumen melalui penetapan harga yang sesuai dan kualitas pelayanan yang optimal. Harga yang kompetitif serta pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Namun, ketidaksesuaian antara harga dan kualitas pelayanan masih menjadi permasalahan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Cabang Citra Garden 3 Ext Jakarta Barat. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik Purposive Sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 26 melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ($t_{hitung} = 6,718$; $Sig. = 0,000$), sedangkan kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan ($t_{hitung} = 3,441$; $Sig. = 0,001$). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ($F_{hitung} = 179,971$; $Sig. = 0,000$) dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,788, sehingga harga dan kualitas pelayanan berkontribusi sebesar 78,8% terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

The increasingly competitive modern retail business demands companies to be able to provide the best value to consumers through appropriate pricing and optimal service quality. Competitive prices and quality services play an important role in increasing customer satisfaction. However, the mismatch between price and service quality remains a problem at PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk, Citra Garden 3 Ext Branch, West Jakarta. This study aims to analyze the effect of price and service quality on customer satisfaction, both partially and simultaneously. The study uses a quantitative method with an associative approach. The research sample consisted of 100 respondents selected using a Purposive Sampling technique. Data were collected through questionnaires, observation, and documentation, then analyzed using IBM SPSS Statistics 26 through validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and coefficients of determination. The results showed that price had a positive and significant effect on customer satisfaction ($t_{count} = 6.718$; $Sig. = 0.000$), while service quality also had a positive and significant effect ($t_{count} = 3.441$; $Sig. = 0.001$). Simultaneously, both variables have a positive and significant effect on consumer satisfaction ($F_{count} = 179.941$; $Sig. = 0.000$) with a coefficient of determination (R^2) of 0.788, so that price and service quality explain 78.8% to consumer satisfaction.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Industri ritel di Indonesia terus mengalami perkembangan seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap proses berbelanja yang mudah, cepat, dan praktis. Kondisi tersebut mendorong konsumen memilih minimarket yang mudah dijangkau, menyediakan produk yang beragam, serta didukung pelayanan dan sistem pembayaran yang efisien. Persaingan bisnis ritel yang semakin kompetitif menyebabkan perusahaan perlu memperhatikan kepuasan konsumen sebagai salah satu faktor penting dalam mempertahankan pelanggan. Konsumen yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang dan memberikan rekomendasi kepada orang lain, sedangkan konsumen yang kurang puas lebih mudah beralih kepada perusahaan pesaing.

PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk merupakan salah satu perusahaan ritel modern yang mengembangkan jaringan gerai di berbagai wilayah, termasuk Cabang Citra Garden 3 Ext Jakarta Barat. Dalam memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman, perusahaan menerapkan konsep 3S (Salam, Senyum, dan Sapa), penataan produk yang rapi, serta menyediakan berbagai metode pembayaran digital dan layanan Alfagift. Upaya tersebut dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen sekaligus mempertahankan daya saing perusahaan di tengah persaingan industri ritel.

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini berkaitan dengan pengalaman konsumen setelah melakukan pembelian dan membandingkan harapan dengan kinerja yang diterima. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Konsumen cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh. Harga yang terjangkau, kompetitif, serta sesuai dengan kualitas produk dapat membentuk persepsi positif dan meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaliknya, harga yang dianggap tidak sebanding dengan manfaat yang diterima dapat menurunkan kepuasan konsumen.

Selain harga, kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang berperan dalam membentuk kepuasan konsumen. Pelayanan yang ramah, cepat, responsif, serta mampu memahami kebutuhan konsumen dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan. Sebaliknya, pelayanan yang kurang konsisten, lambat, atau kurang responsif dapat menimbulkan ketidakpuasan meskipun produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik. Oleh karena itu, kesesuaian harga dan kualitas pelayanan menjadi aspek yang perlu diperhatikan perusahaan dalam menciptakan kepuasan konsumen.

Secara teoritis, harga yang sesuai dengan nilai produk dan kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Namun, kondisi di lapangan menunjukkan bahwa harapan tersebut belum sepenuhnya tercapai. Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Cabang Citra Garden 3 Ext Jakarta Barat masih terdapat keluhan konsumen mengenai persepsi harga pada beberapa produk serta pelayanan yang belum konsisten. Kondisi tersebut menunjukkan adanya perbedaan antara harapan konsumen dengan pengalaman berbelanja yang dirasakan.

Selain fenomena tersebut, penelitian terdahulu menunjukkan adanya hasil yang belum konsisten mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa harga tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya research gap sehingga hubungan antara harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen masih perlu dikaji pada objek penelitian yang berbeda.

Berdasarkan fenomena dan research gap tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Cabang Citra Garden 3 Ext Jakarta Barat. Penelitian ini

bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen, mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, serta mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai hubungan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada industri ritel modern. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam menyusun strategi penetapan harga dan meningkatkan kualitas pelayanan guna menciptakan kepuasan konsumen yang lebih optimal serta mempertahankan daya saing perusahaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Cabang Citra Garden 3 Ext Jakarta Barat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2), sedangkan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Cabang Citra Garden 3 Ext Jakarta Barat diambil dari data Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Barat tahun 2024 yang memiliki kriteria berdasarkan usia 15 – 30 tahun keatas, Ukuran sampel yang diambil sebanyak 100 responden, menggunakan Teknik Purposive Sampling.

Pengumpulan data dilakukan melalui survei, observasi, kuesioner, dan studi dokumentasi. Survei digunakan untuk memperoleh data dari responden melalui kuesioner. Penelitian survei merupakan metode pengumpulan data dari responden untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman, sikap, maupun karakteristik responden (Waruwu et al., 2025). Observasi dilakukan secara langsung pada Alfamart Cabang Citra Garden 3 Ext untuk mengamati kondisi pelayanan, aktivitas karyawan, dan suasana toko. Teknik observasi digunakan untuk memperoleh gambaran langsung mengenai kondisi atau fenomena yang diteliti (Sahir, 2021).

Kuesioner digunakan sebagai instrumen untuk memperoleh data penelitian melalui pertanyaan terstruktur yang disusun berdasarkan variabel yang diteliti. Kuesioner merupakan instrumen yang digunakan untuk memperoleh data melalui serangkaian pertanyaan terstruktur guna mengukur variabel penelitian (Jailani, 2023). Kuesioner dalam penelitian ini disebarkan kepada 100 konsumen Alfamart dan menggunakan skala Likert lima tingkat.

Tabel 1 Tabel Skala Likert

No	Jenis Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sugiono (2023).

Variabel harga (X1) diukur melalui indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat produk (Weli & Turay, 2025). Variabel kualitas pelayanan (X2) diukur menggunakan lima indikator, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Weli & Turay, 2025). Sementara itu, kepuasan konsumen (Y) diukur melalui indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan (Pada et al., 2023).

Data yang diperoleh selanjutnya diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 26. Analisis data diawali dengan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui kualitas instrumen penelitian. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian residual dalam model regresi, sedangkan pengujiannya mengacu pada pendekatan yang digunakan (Zega et al., 2024).

Tahap berikutnya dilakukan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial dan uji F untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan. Selanjutnya, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel harga dan kualitas pelayanan dalam menjelaskan kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan konsumen PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Cabang Citra Garden 3 Ext Jakarta Barat. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis Google Form yang diakses responden menggunakan QR Code. Berdasarkan hasil pengumpulan data, karakteristik responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi berbelanja. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil responden sebagai dasar dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Secara umum, mayoritas responden merupakan laki-laki dengan rentang usia 20–24 tahun, yang menunjukkan bahwa kelompok usia produktif mendominasi konsumen yang berbelanja di Alfamart Cabang Citra Garden 3 Ext Jakarta Barat.

Tabel 1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Peresentase
Jenis Kelamin		
Laki - Laki	43	43,0
Perempuan	57	57,0
Usia		
15 - 19 tahun	17	17,0
20 - 24 tahun	31	31,0
25 - 29 tahun	42	42,0
30>tahun	10	10,0
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	37	37,0
Karyawan Swasta	41	41,0
Wiraswasta	15	15,0
Lainnya	7	7,0
Frekuensi Berbelanja		
1 - 2 kali	15	15,0
3 - 5 kali	46	46,0
6 - 10 kali	27	27,0
>10 kali	12	12,0

Sumber: Data diolah SPSS Versi, 2026

2. Uji Kualitas Data

A. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata validity yang mengacu pada akurasi dan ketelitian instrumen dalam melaksanakan pengukurannya. “Tes dinyatakan valid bila mampu menjalankan fungsi ukur dengan tepat, sehingga menghasilkan data yang selaras dengan maksud pengukuran, artinya hasil tersebut secara akurat mencerminkan realita atau kondisi dari apa yang diukur” (Akbar & Zahfa, 2025).

Tabel 2 Uji Validitas

Df = 100 – 2 = 98			>0,196
Item Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
X1.1	0,718	0,196	VALID
X1.2	0,596	0,196	VALID
X1.3	0,535	0,196	VALID
X1.4	0,395	0,196	VALID
X1.5	0,378	0,196	VALID
X1.6	0,573	0,196	VALID
X1.7	0,458	0,196	VALID
X1.8	0,453	0,196	VALID
X1.9	0,612	0,196	VALID
X1.10	0,611	0,196	VALID
Item Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
X2.1	0,700	0,196	VALID
X2.2	0,725	0,196	VALID
X2.3	0,616	0,196	VALID
X2.4	0,596	0,196	VALID
X2.5	0,516	0,196	VALID
X2.6	0,631	0,196	VALID
X2.7	0,476	0,196	VALID
X2.8	0,612	0,196	VALID
X2.9	0,732	0,196	VALID
X2.10	0,669	0,196	VALID
Item Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
Y1	0,766	0,196	VALID
Y2	0,775	0,196	VALID
Y3	0,657	0,196	VALID

Y4	0,597	0,196	VALID
Y5	0,592	0,196	VALID
Y6	0,485	0,196	VALID
Y7	0,578	0,196	VALID
Y8	0,650	0,196	VALID
Y9	0,676	0,196	VALID
Y10	0,624	0,196	VALID

Sumber: Data diolah SPSS Versi, 2026

Dari tabel uji validitas pada skor r hitung menunjukkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,196 tersebut bisa dijabarkan bahwa item pertanyaan yang diajukan di kuesioner dinyatakan valid.

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan Cronbach's Alpha, untuk menentukan apakah kuesioner tersebut reliabel atau tidak (Situmorang et al., 2023).

Tabel 3 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga X_1	0,729	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan X_2	0,826	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen Y	0,839	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS Versi, 2026

Berdasarkan tabel pengujian reliabilitas, variabel Harga (X_1) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,729, sedangkan Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,826 dan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,839. Ketiga variabel tersebut memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih tinggi dibandingkan batas minimum 0,60. Dengan demikian, seluruh instrumen pada masing-masing variabel dapat dinyatakan reliabel dan memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

3. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memverifikasi apakah residual atau variabel pengganggu dalam model regresi berdistribusi normal. Jika asumsi ini tidak terpenuhi, maka uji statistik tidak sah, terutama pada sampel berukuran kecil (Loindong et al., 2023).

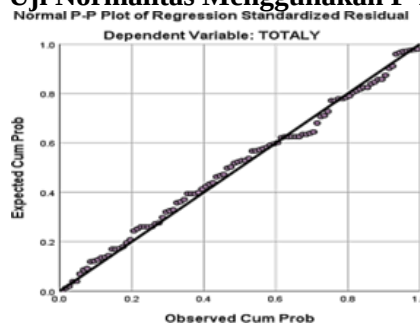
Tabel 4 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	3,17010540
Most Extreme Differences	Absolute	0,064
	Positive	0,064
	Negative	-0,043
Test Statistic		0,064
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.		

Sumber: Data diolah SPSS Versi, 2026

Berdasarkan hasil pengujian normalitas dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai tersebut berada di atas taraf signifikansi 0,05, sehingga menunjukkan bahwa residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Oleh karena itu, data yang digunakan telah memenuhi asumsi normalitas dan dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

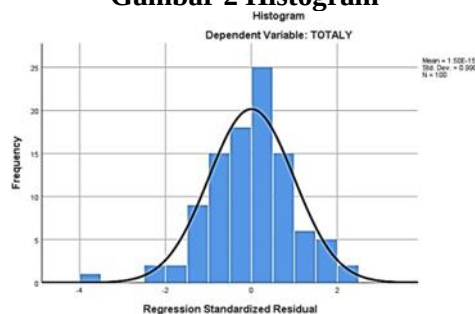
Gambar 1 Uji Normalitas Menggunakan P-P Plot



Sumber: Data diolah SPSS Versi, 2026

Berdasarkan gambar menunjukkan hasil uji normalitas menggunakan Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual. Terlihat bahwa titik-titik residual sebagian besar mengikuti dan berada di sekitar garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal, sehingga model regresi telah memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Gambar 2 Histogram



Sumber: Data diolah SPSS Versi, 2026

Berdasarkan grafik histogram, distribusi Regression Standardized Residual terlihat

membentuk pola yang mendekati kurva normal. Hal ini menunjukkan bahwa residual dalam model regresi berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas telah terpenuhi dan model layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

B. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mendeteksi keberadaan atau ketidakberadaan pelanggaran asumsi klasik terkait kesamaan varian residual di seluruh observasi dalam model regresi. Metode yang diterapkan dalam studi ini, adalah grafis melalui Glejser, Scatter Plot, yang mengidentifikasi ada tidaknya pola tertentu pada titik residual untuk menentukan indikasi penyimpangan tersebut (Zega et al., 2024).

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas glejser

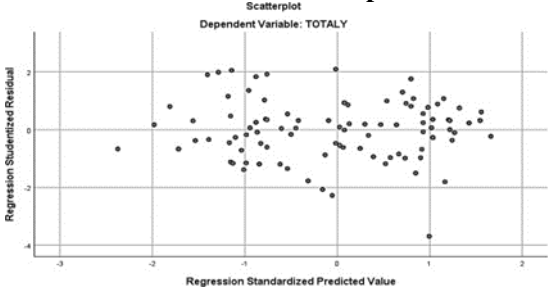
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,984	1,426	-	2,794	0,006
	TOTALX1	-0,102	0,068	-0,292	-1,506	0,135
	TOTALX2	0,065	0,058	0,215	1,111	0,269

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data diolah SPSS Versi, 2026

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa hasil sig. X1 adalah 0.135 dan X2 adalah 0.269. Hasil ini menunjukkian bahwa tidak adanya gejala Heteroskedastisitas karena sig. dari variabel > 0.05.

Gambar 3 Scatterplot



Sumber: Data diolah SPSS Versi, 2026

Dari hasil pengamatan pada gambar Scatterplot sebaran titik residual tampak menyebar secara acak tanpa berpola tertentu dan berada di sekitar sumbu nol, bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

C. Uji multikolinearitas

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas, pemeriksaan dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada setiap variabel independen. Model regresi dinyatakan tidak mengalami gejala multikolinearitas apabila nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10,00 (Afifi & Widodo, 2021). Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antarvariabel independen dalam model regresi, karena model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antarvariabel independen (Ramadona & Winarno, 2024). Dengan demikian, apabila nilai Tolerance dan VIF memenuhi kriteria tersebut, maka model regresi dapat dinyatakan tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Tabel 6 Uji multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	TOTALX1	0,268	3,729
	TOTALX2	0,268	3,729

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Data diolah SPSS Versi, 2026

Pada tabel hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,268 dan VIF sebesar 3,729. Karena Tolerance > 0,10 dan VIF < 10,00, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi.

4. Uji Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05). Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan 0,05. Apabila nilai Sig. < 0,05, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sebaliknya, apabila nilai Sig. > 0,05, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, hasil uji t digunakan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

Tabel 7 Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,000	2,262		-1,326	0,188
	TOTALX1	0,721	0,107	0,607	6,718	0,000
	TOTALX2	0,319	0,093	0,311	3,441	0,001

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Data diolah SPSS Versi, 2026

Berdasarkan hasil uji t, variabel Harga (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar 6,718 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Sementara itu, Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 3,441 dengan signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga Kualitas Pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan demikian, kedua hipotesis penelitian diterima.

5. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Apabila F hitung > F tabel dan nilai signifikansi < 0,05, maka Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sebaliknya, apabila F hitung < F tabel dan nilai signifikansi > 0,05, maka kedua variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 8 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3691,843	2	1845,921	179,971	.000 ^b
	Residual	994,907	97	10,257		
	Total	4686,750	99			
a. Dependent Variable: TOTALY						
b. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1						

Sumber: Data diolah SPSS Versi, 2026

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 179,971 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima.

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) dalam menjelaskan variasi Kepuasan Konsumen (Y). Nilai R^2 berada pada rentang 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1 menunjukkan semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, nilai yang mendekati 0 menunjukkan kemampuan penjelasan yang semakin rendah.

Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.888 ^a	0,788	0,783	3,203
a. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1				
b. Dependent Variable: TOTALY				

Sumber: Data diolah SPSS Versi, 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,788. Hal ini menunjukkan bahwa Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) mampu menjelaskan 78,8% variasi Kepuasan Konsumen (Y), sedangkan 21,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

7. Uji Koefisien Regresi

Tabel 10 Tabel Uji Koefisien Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,000	2,262		-1,326	0,188
	TOTALX1	0,721	0,107	0,607	6,718	0,000
	TOTALX2	0,319	0,093	0,311	3,441	0,001
a. Dependent Variable: TOTALY						

Sumber: Data diolah SPSS Versi, 2026

Berdasarkan tabel Uji Koefisien Regresi pada kolom Unstandardized Coefficients (B), dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$
$$Y = -3,000 + 0,721X_1 + 0,319X_2 + e$$

Nilai Constant = -3,000, artinya apabila Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) dianggap tetap atau bernilai 0, maka Kepuasan Konsumen (Y) memiliki nilai sebesar -3,000.

Nilai variabel X1 = 0,721, artinya Harga memiliki hubungan positif terhadap Kepuasan Konsumen. Apabila Harga meningkat satu satuan, maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,721 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Nilai variabel X2 = 0,319, artinya Kualitas Pelayanan memiliki hubungan positif terhadap Kepuasan Konsumen. Apabila Kualitas Pelayanan meningkat satu satuan, maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,319 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Harga X1 Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Cabang Citra Garden 3 Ext Jakarta Barat Y

Berdasarkan hasil penelitian, Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Alfamart Cabang Citra Garden 3 Ext. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 6,718 > t tabel 1,98472 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Selain itu, koefisien regresi Harga sebesar 0,721 menunjukkan hubungan yang positif, sehingga semakin baik dan sesuai harga yang ditawarkan, maka semakin meningkat pula Kepuasan Konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat bahwa harga merupakan nilai tukar yang mencerminkan manfaat atau keuntungan yang diperoleh konsumen dari suatu produk atau jasa (Ramadhani, 2024). Dengan demikian, penetapan harga yang sesuai dengan manfaat dan kemampuan konsumen dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Cabang Citra Garden 3 Ext.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan X2 Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Cabang Citra Garden 3 Ext Jakarta Barat Y

Berdasarkan hasil penelitian, Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Alfamart Cabang Citra Garden 3 Ext. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,441 > t tabel 1,98472 dengan nilai signifikansi 0,001 < 0,05. Selain itu, koefisien regresi sebesar 0,319 menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki hubungan positif dengan Kepuasan Konsumen. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Hasil tersebut sejalan dengan pendapat bahwa kualitas pelayanan yang mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan serta mendorong pembelian ulang dan rekomendasi kepada orang lain (Zega et al., 2024).

3. Pengaruh Harga X1 dan Kualitas Pelayanan X2 Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Cabang Citra Garden 3 Ext Jakarta Barat Y

Berdasarkan hasil penelitian, Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Alfamart Cabang Citra Garden 3 Ext. Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 179,971 > F tabel 3,09 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga kedua variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, nilai R² sebesar 0,788 menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan 78,8% variasi Kepuasan Konsumen, sedangkan 21,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

KESIMPULAN

1. Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil uji t menunjukkan t hitung $6,718 > t$ tabel $1,98472$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H1 diterima. Koefisien regresi sebesar $0,721$ menunjukkan adanya pengaruh positif Harga terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil uji t menunjukkan t hitung $3,441 > t$ tabel $1,98472$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga H2 diterima. Koefisien regresi sebesar $0,319$ menunjukkan adanya pengaruh positif Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil uji F menunjukkan F hitung $179,971 > F$ tabel $3,09$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H3 diterima.
4. Harga dan Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan Kepuasan Konsumen sebesar $78,8\%$. Hal ini ditunjukkan oleh nilai R Square (R^2) sebesar $0,788$, sedangkan $21,2\%$ sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Saran

1. Bagi PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk
 - a. Perusahaan diharapkan mempertahankan harga yang kompetitif dan terjangkau sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen.
 - b. Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, terutama keramahan, kecepatan, responsivitas, dan kepedulian karyawan terhadap kebutuhan konsumen.
 - c. Perusahaan diharapkan mempertahankan kebersihan, kenyamanan toko, dan ketersediaan produk agar pengalaman berbelanja konsumen semakin baik dan mendorong pembelian ulang.
2. Bagi Konsumen
Konsumen diharapkan memberikan kritik dan saran yang membangun terkait harga maupun kualitas pelayanan sebagai bahan evaluasi dan perbaikan bagi perusahaan.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti promosi, kualitas produk, lokasi, citra merek, dan fasilitas toko, serta memperluas wilayah dan jumlah responden agar hasil penelitian lebih representatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifi, F. F., & Widodo, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Aroma Kitchen Kota Padang. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 481. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.350>
- Akbar, A., & Zahfa, F. (2025). Validitas and Reliabilitas Validity and Reliability. 8781–8787.
- Apriasty, I., & Simbolon, M. E. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan : kualitas produk , kualitas pelayanan dan harga (literature strategic marketing management). 1(1), 135–145.
- Arisandi, B. (2022). Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumbawa. 1(3), 171–182.
- COVID-19 (STUDI KASUS DI KANTOR SATPOL-PP KOTA TOMOHON) THE INFLUENCE OF LOCUS OF CONTROL AND WORK MOTIVATION ON EMPLOYEE JOB SATISFACTION IN THE COVID-19 PANDEMI. 11(4), 110–121.
- Dewi, I., Khotimah, H., Nasution, R., Zulpan, Z., Hariyati, T., & Rusli, A. (2025). Teori Populasi Dan Pengambilan Sampel. *Jurnal Literasiologi*, 14(2).
- Hanifah, H., Salsabillah, L., Fitri, A. T., Febriani, R. M., & Hidayatullah, R. (2025). Landasan teori, penelitian relevan, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian pendidikan. *IHSAN: Jurnal*

- Pendidikan Islam, 3(2), 391–404.
- Hermawan, S. O. dan E. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica. EMABI: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis, 1(3), 4.
- Issn, P., & Zuchri, A. L. (2022). Jurnal Ekonomi dan Bisnis , Vol . 9 No . 2 Maret 2022 E - ISSN PADA KEDAI KOPI KALA SENJA KOPI GALUH MAS KARAWANG Oleh : 9(2).
- Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. 1, 1–9.
- Kusumawati, N. V., Hastuti, I., & Suyatno, A. (2024). Harga , Kualitas Produk dan Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen. I(September), 71–81.
- Loindong, A. S. G., Tewal, B., Sendow, G. M., Manajemen, J., Ekonomi, F., Loindong, A. S. G., Tewal, B., & Sendow, G. M. (2023).
- Lubis, A. Z., Nahulae, L. L., Anggraini, N. M., Adawiyah, R., Islam, U., Sumatera, N., & Harga, P. (2024). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG. 9(204), 2022–2025.
- Monitaria, A. M. (2021). Pengaruh harga, pelayanan dan promosi online terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Gubuk Tiwul. Universitas Muhammadiyah Metro.
- Pada, K., Restu, U. D., & Pandan, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan. 32–42.
- PENGARUH LOCUS OF CONTROL DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA PEGAWAI DI ERA ANDEMI
- Ramadhani, S. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Sumber Alfaria Trijaya. Tbk/Alfamart). Journal Economics And Strategy, 5(1), 45–
- Ramadona, S., & Winarno, S. H. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keinginan Membeli Konsumen : Studi Kasus PT Sumber Alfaria Trijaya. 4, 26–33.
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi Penelitian (T. Koryati. Penerbit KBM Indonesia.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis faktor-faktor keterlambatan pada proyek pembangunan gedung asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. Jurnal Simetrik, 11(1), 432–439.
- Sanjaya, M. K., & Wijaya, M. R. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamidi Cabang Pasar Jengkol. 1(2), 636–644.
- Situmorang, T. S. R., Permatasari, A. E., Johan, R. B., Laily, N. A., Farahdiba, I., & Umami, N. (2023). Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penilaian Afektif Mata Kuliah Komunikasi dalam Praktik Kebidanan: Validity and Reliability of the Affective Assessment Instrument for the Communication Course in Midwifery Practice. Jurnal Midwifery, 5(1), 11–20.
- Sugiono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif.
- Wahidah, W. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. 4(1), 65–72. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.860>
- Waruwu, M., Pu`at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- Weli, A. N., & Turay, T. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Oleh-Oleh Christine Hakim Kota Padang. Journal of Business Economics and Management| E-ISSN: 3063- 8968, 2(1), 1736–1746.
- Widyaiswara. (2022). Implementasi Pesonal Branding SMART ASN Perwujudan Bangsa Melayani di Provinsi Maluku Utara. SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah, 1(2), 297–303.
- Zega, E. G., Siagian, N., & Sinaga, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Alfamart Jl . Bambu Medan. 11(2).