

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI UD DIAN ROSOK SURAKARTA

Monika Yuanita<sup>1</sup>, Muhammad Syihabuddin<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

<sup>1</sup>[yuanmonika11@gmail.com](mailto:yuanmonika11@gmail.com) . <sup>2</sup>[shi@stiesurakarta.ac.id](mailto:shi@stiesurakarta.ac.id)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di UD Dian Rosok Surakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan populasi penelitian yaitu pelanggan yang pernah menjual barang bekas di UD Dian Rosok dan berdomisili di Surakarta. Sampel penelitian sebanyak 130 responden dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SPSS. Analisis data dilakukan melalui uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji signifikansi. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Dian Rosok Surakarta.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

## Abstract

*This study aims to examine the effect of service quality and price on customer satisfaction at UD Dian Rosok Surakarta. The research employs a quantitative approach with the population consisting of customers who have sold recyclable goods at UD Dian Rosok and are domiciled in Surakarta. The sample consists of 130 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires, and then analyzed using SPSS software. The data analysis techniques include instrument testing, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results indicate that service quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction at UD Dian Rosok Surakarta.*

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

## A. PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan dan harga merupakan dua faktor penting yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Kotler & Keller (2016), kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga menciptakan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Selain itu, harga menjadi

salah satu aspek penting dalam keputusan transaksi. Stanton (2001) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang dibebankan untuk memperoleh suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukar konsumen untuk mendapatkan manfaat dari produk atau jasa tersebut. Harga yang tepat dan kompetitif dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan serta mempengaruhi kepuasan mereka (Tjiptono, 2019).

Berdasarkan hasil pengamatan selama kegiatan magang di UD Dian Rosok Surakarta, ditemukan bahwa pelanggan yang menjual barang bekas seperti besi tua atau rosok sering membandingkan harga yang ditawarkan antar pengepul. Selain itu, pelanggan memberikan tanggapan terhadap pelayanan yang didapat, seperti cepat lambatnya proses penimbangan, kejelasan harga, serta perilaku karyawan saat berinteraksi dengan pelanggan. Karena perusahaan bergantung pada pasokan barang dari masyarakat, kepuasan pelanggan menjadi faktor penting untuk menjaga kelancaran pasokan barang dan keberlangsungan usaha.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat pengaruh kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan di UD Dian Rosok Surakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada pelanggan yang menjual barang bekas di perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk UD Dian Rosok Surakarta maupun pelaku usaha sejenis dalam menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Misal, jika hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat signifikan, maka perusahaan lebih fokus pada peningkatan kompetensi karyawan, mempercepat proses penimbangan, serta menyampaikan informasi harga secara jelas dan ramah.

Sebaliknya, jika harga memiliki pengaruh yang signifikan, maka perusahaan dapat mempertimbangkan strategi penetapan harga yang kompetitif. Misal, menyesuaikan harga pembelian barang bekas mengikuti fluktuasi pasar atau memberikan insentif tertentu bagi pelanggan setia. Dengan memperhatikan kedua faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan akan membantu UD Dian Rosok mengalokasikan sumber daya secara lebih tepat. Jika pelayanan menjadi prioritas utama, dana dapat diarahkan untuk pelatihan karyawan dan perbaikan fasilitas, sehingga pengalaman pelanggan meningkat lebih positif.

## **B. KAJIAN TEORI**

### **1. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2016). Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, menciptakan loyalitas, dan memperkuat posisi perusahaan di pasar (Kotler & Keller, 2016).

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*) : Penampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan media komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*) : Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan secara tepat dan konsisten.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*) : Kesiediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat.
4. Jaminan (*Assurance*) : Pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan karyawan menumbuhkan kepercayaan pelanggan.
5. Empati (*Empathy*) : Perhatian secara pribadi kepada pelanggan.

## 2. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk memperoleh manfaat (Kotler & Armstrong, 2018). Menurut Monroe (2003), persepsi harga terbentuk dari penilaian konsumen mengenai apakah harga tersebut wajar, terlalu mahal, atau murah dibandingkan dengan manfaat yang diterima.

Dalam bisnis barang bekas, harga bersifat fluktuatif karena dipengaruhi oleh kondisi pasar dan kualitas barang. Persepsi harga yang wajar akan mendorong pelanggan melakukan transaksi, sedangkan harga yang terlalu rendah atau tinggi dapat mengurangi minat pelanggan (Tjiptono, 2016).

Menurut Kotler & Keller (2016), indikator harga yaitu :

1. Keterjangkauan harga.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas.
3. Daya saing harga.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan.

## 3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan mereka (Kotler & Keller, 2016). Menurut Oliver (1997), kepuasan merupakan respons pemenuhan kebutuhan, di mana tingkat kepuasan tergantung pada kesesuaian antara ekspektasi pelanggan dengan kinerja aktual.

Kepuasan pelanggan memiliki dampak penting, seperti meningkatkan loyalitas, memperkuat citra merek, dan mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018).

Menurut Oliver (1997), indikator - indikator kepuasan pelanggan yaitu :

1. Kepuasan terhadap kualitas pelayanan.
2. Kepuasan terhadap harga.
3. Keinginan untuk kembali melakukan transaksi.
4. Rekomendasi kepada orang lain.

PENELITIAN TERDAHULU

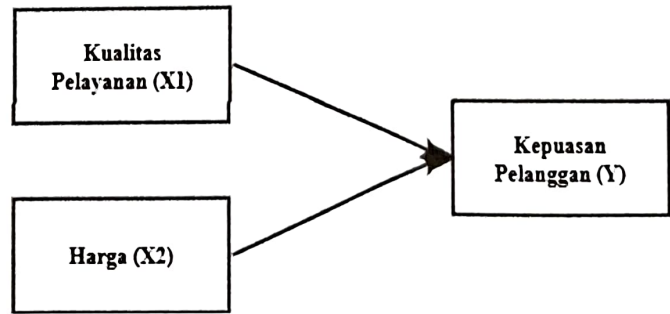
Tabel 1 Penelitian Terdahulu

| No | Peneliti dan Tahun               | Judul Penelitian                                                                                                         | Hasil Penelitian                                                                                                               | Relevansi Dengan Penelitian ini                                                                               |
|----|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Liando & Umiyati (2024)          | Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Fanattic High                                   | Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan | Memperkuat argumen bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan        |
| 2  | Sanusing & Giyartiningrum (2023) | Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Supermarket Pamella Empat) | Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen                   | Mendukung hipotesis bahwa kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan                        |
| 3  | Rochani (2023)                   | Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Daster Tiary Art Shop Tulungagung               | Harga dan kualitas pelayanan terbukti memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen                                         | Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan |

Penelitian ini berbeda karena fokus pada pelanggan yang menjual barang bekas atau rosok di UD Dian Rosok Surakarta, bukan pelanggan yang membeli barang.

C. KERANGKA PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan model penelitian yang memaparkan mengenai variabel X1 (Kualitas Pelayanan), X2 (Harga), terhadap Y (Kepuasan Pelanggan) , Kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dilihat gambar dibawah ini :



Gambar 2 Kerangka Pikir

Berdasarkan gambar diatas terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

a. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2017), variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel independen. Variabel dependen adalah variabel yang diukur dalam sebuah penelitian untuk melihat dampak dari variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

b. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2017), variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan variabel dependen. Variabel ini seringkali menjadi fokus utama penelitian untuk melihat pengaruhnya terhadap variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini ada dua yaitu Kualitas pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ).

#### **D. HIPOTESIS PENELITIAN**

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Kualitas pelayanan yang baik merupakan faktor utama yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Pelayanan yang ramah, cepat, dan informatif akan meningkatkan pengalaman positif pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dan berpotensi menjadi pelanggan setia.

Penelitian oleh Liando & Umiyati (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis retail. Hasil serupa ditemukan oleh Fitriana & Mahyus (2025) yang meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe, di mana kualitas pelayanan terbukti menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan kajian pustaka di atas maka dapat dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut :

$H_1$  : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Dian Rosok Surakarta.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa, yang nilainya dipengaruhi oleh persepsi wajar atau tidaknya harga tersebut (Kotler & Armstrong, 2018). Dalam konteks barang bekas, harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas barang akan menciptakan rasa puas bagi pelanggan, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat menurunkan minat mereka untuk bertransaksi.

Penelitian oleh Sanusing & Giyartiningrum (2023) menemukan bahwa persepsi harga yang sesuai berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan menjadi variabel yang dominan terutama pada industri retail. Temuan ini sejalan dengan Lishartono dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa harga yang sesuai harapan pelanggan

menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan pada industri jasa.

Berdasarkan kajian pustaka tersebut hipotesis kedua dalam penelitian adalah :  
 $H_2$  : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Dian Rosok Surakarta.

### 3. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

Kombinasi antara kualitas pelayanan yang baik dan harga yang sesuai akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler & Keller (2016), kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari akumulasi pengalaman mereka terhadap berbagai aspek layanan dan penawaran harga.

Penelitian Rochani (2023) menegaskan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama - sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis retail. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut perlu diperhatikan secara seimbang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut hipotesis ketiga dapat dirumuskan sebagai berikut :  
 $H_3$  : Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Dian Rosok Surakarta.

Tabel 3 Definisi Operasional Variabel

| Variabel                     | Definisi Variabel                                                                                                                                             | Indikator                                                                                                                                                                                                                           | Item Pernyataan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) | Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2014). | Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988)<br>1. Keandalan ( <i>Reliability</i> )<br>2. Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )<br>3. Jaminan ( <i>Assurance</i> )<br>4. Empati ( <i>Emphaty</i> )<br>5. Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> ) | 1. UD Dian Rosok menimbang dengan hasil yang akurat dan dilayani setelah kesepakatan harga.<br>2. Karyawan UD Dian Rosok cepat tanggap melayani pelanggan yang datang.<br>3. Karyawan bersikap profesional sehingga pelanggan merasa aman setiap menjual barang di UD Dian Rosok.<br>4. Karyawan UD Dian Rosok perhatian memahami dengan baik kebutuhan dan kondisi pelanggan yang datang.<br>5. Alat timbang yang digunakan UD Dian Rosok dalam kondisi berfungsi dengan baik. |

|                            |                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Harga<br>(X <sub>2</sub> ) | Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk memperoleh barang atau jasa, atau nilai yang dipertukarkan pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2018). | Kotler & Keller (2016)<br><ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas</li> <li>3. Daya saing harga</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan</li> </ol>         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga yang ditawarkan UD Dian Rosok sesuai dengan kondisi barang yang dijual pelanggan.</li> <li>2. Pelanggan merasa harga yang diberikan UD Dian Rosok sudah layak dan adil sebanding dengan kualitas jenis barang yang dijual.</li> <li>3. Pelanggan menilai harga di UD Dian Rosok lebih menguntungkan dibanding pengepul lainnya.</li> <li>4. Pelanggan merasa diuntungkan dengan kesesuaian harga yang diberikan.</li> </ol> |
| Kepuasan Pelanggan (Y)     | Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan terhadap harapan pelanggan (Kotler & Keller, 2016).                                                        | Oliver (1997)<br><ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepuasan terhadap kualitas pelayanan</li> <li>2. Kepuasan terhadap harga</li> <li>3. Keinginan untuk kembali melakukan transaksi</li> <li>4. Rekomendasi kepada orang lain</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan yang diberikan UD Dian Rosok memuaskan sesuai dengan harapan pelanggan.</li> <li>2. Saya merasa puas dengan harga yang ditawarkan UD Dian Rosok.</li> <li>3. Saya lebih memilih untuk kembali menjual barang bekas di UD Dian Rosok dibanding pengepul lainnya.</li> <li>4. Saya akan merekomendasikan UD Dian Rosok kepada orang lain.</li> </ol>                                                                      |

Sumber : Data Sekunder Diolah 2025

E. METODE PENELITIAN

Objek penelitian

Objek penelitian adalah objek variabel atau fenomena yang diteliti untuk menjawab pertanyaan penelitian, Sekaran (2003). Objek dalam penelitian ini adalah UD Dian Rosok Surakarta, sebuah usaha pengepulan barang bekas rosok yang berlokasi di Kota Surakarta.

Penelitian difokuskan pada pelanggan yang menjual barang bekas. Variabel yang diteliti mencakup kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel independen (X), serta kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen (Y).

Metode yang digunakan di penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana ini digunakan untuk meneliti populasi dan sampel yang akan diteliti, objek yang akan diambil dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan UD Dian Rosok, populasi yang akan digunakan di penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menjual barang bekas di UD Dian Rosok Surakarta. Jenis Penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode survei online, dimana sumber data yang akan digunakan penelitian ini adalah data primer, yang berarti sumber data langsung dari individu dengan cara seperti pengisian kuesioner.

Jenis dan sumber data

Data yang akan digunakan untuk penelitian ini adalah sebuah data primer. Data Primer dalam penelitian ini berasal dari penyebaran kuesioner melalui *google form* yang akan diberikan kepada kriteria responden, sebagai berikut pelanggan yang sudah pernah menjual barang bekasnya minimal 1 kali di UD Dian Rosok Surakarta. Hal ini diharapkan agar hasil yang didapatkan sesuai dan efektif dengan yang diinginkan dan tujuan penelitian yang kami lakukan. Data tersebut kemudian diolah menggunakan SPSS untuk mengetahui hasil dari data yang telah diperoleh.

Tabel 4 Tabel Skala Likert

| Pertanyaan          | Skor | Simbol |
|---------------------|------|--------|
| Sangat Setuju       | 5    | SS     |
| Setuju              | 4    | S      |
| Netral              | 3    | KS     |
| Tidak Setuju        | 2    | TS     |
| Sangat Tidak Setuju | 1    | STS    |

Populasi dan sampel

Teknik yang dipakai dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dipilih secara sengaja berdasarkan karakteristik tertentu dari populasi. Creswell (2012), menjelaskan bahwa *purposive sampling* sangat berguna dalam penelitian kuantitatif karena memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi dan memilih partisipan yang memiliki pengalaman dan perspektif yang unik. Populasi adalah kombinasi individu dengan kualitas dan karakteristik tertentu (Nasir, 2012).

Populasi pada penelitian ini yaitu Pelanggan yang pernah menjual barang bekas atau rosok di UD Dian Rosok Surakarta. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Siyoto & Sodik, 2015). Sampel dari penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menjual barang bekas atau rosok di UD Dian Surakarta minimal satu kali. Berdasarkan pengertian tersebut maka sampel yang akan diambil dengan ketentuan atau kriteria berikut :

1. Pernah menjual barang bekas atau rosok di UD Dian Surakarta minimal satu kali
2. Melakukan transaksi di UD Dian Surakarta dalam kurun waktu 6 bulan terakhir
3. Berusia 17 - 50 tahun
4. Berdomisili di Surakarta

Karena jumlah sampel belum diketahui maka penelitian ini menggunakan rumus Hair *et al* (2010) yaitu dengan menghitung jumlah indikator x 5 sampai dengan jumlah indikator x 10. Jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 13, maka jumlah sampel yang harus diambil minimal 130 sampel.

Jumlah indikator = 13

Rumus = jumlah indikator x 10

Jadi,  $13 \times 10 = 130$

Jumlah sampel yang harus diambil dalam penelitian ini adalah 130 responden.

## F. ANALISIS DATA

Menurut Ghazali (2018), analisis data adalah upaya untuk mendapatkan data yang dapat diolah secara statistik dan digunakan untuk menjawab rumusan penelitian. Analisis data dimulai dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel. Setelah data terkumpul data akan diolah menggunakan bantuan SPSS. Dalam penelitian ini analisis yang digunakan yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, uji ketepatan model, dan uji regresi linier berganda.

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Menurut Santoso (2020), uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur atau instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Cara untuk mengetahui valid atau tidaknya item pernyataan yaitu dengan membandingkan besarnya  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$  dan nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka uji validitas dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Tujuan utama dari uji reliabilitas adalah untuk menilai sejauh mana suatu instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan

dapat diandalkan. Menurut Priyatno dkk. (2018) menetapkan kriteria reliabilitas berdasarkan nilai Cronbach's Alpha yaitu jika nilai di bawah 0,6 mengindikasikan reliabilitas rendah, nilai antara 0,6-0,79 menunjukkan reliabilitas moderat, dan nilai di atas 0,8 mengindikasikan reliabilitas tinggi.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan sampel atau populasi data yang kita kumpulkan mengikuti pola distribusi normal atau tidak. Distribusi normal (distribusi Gaussian), adalah distribusi yang simetris dengan nilai rata-rata (*mean*) di tengah dan data menyebar terpusat di sekitar *mean*. Jika nilai signifikansi (*Asymp.Sig*) lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal (Priyatno dkk., 2018).

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat hubungan linier yang kuat antar dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Uji multikolinearitas menggunakan nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF), jika nilai tolerance  $\geq 0,10$  dan  $VIF \leq 10$ , artinya tidak terjadi multikolinearitas, dan jika nilai tolerance  $\leq 0,10$  dan  $VIF \geq 10$ , artinya terjadi multikolinearitas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016), uji heteroskedastisitas adalah metode yang digunakan untuk mendeteksi apakah ada heteroskedastisitas dalam model regresi. Caranya dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Penelitian ini menggunakan uji glejser dengan ketentuan sebagai berikut :

Nilai probabilitas sig.  $> 0,05$  = Tidak terjadi heteroskedastisitas

Nilai probabilitas sig.  $\leq 0,05$  = Terjadi heteroskedastisitas

## 3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui berpengaruh atau tidaknya pengaruh signifikan antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Model persamaan berikut yang digunakan dalam analisis regresi linier berganda :

$$Y = C + \beta X_1 + \beta X_2 + e .$$

Keterangan :

- Y : Variabel Terikat (kepuasan pelanggan)
- C : Konstanta
- $\beta$  : Koefisien Regresi
- $X_1$  : Kualitas Pelayanan
- $X_2$  : Harga
- e : Residual

#### 4. Uji Signifikansi

##### a. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi secara individual, menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai uji T dikatakan valid jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau p-value lebih kecil dari 0,05.

##### b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen dalam model regresi memiliki pengaruh secara bersama - sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Dengan ketentuan sebagai berikut :

Nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka secara simultan berpengaruh signifikan.

Nilai signifikansi  $\geq 0,05$ , maka secara simultan tidak berpengaruh signifikan.

##### c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan perubahan pada variabel dependen.  $R^2$  menunjukkan kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Koefisien determinasi dapat digunakan untuk memproyeksikan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Nilai  $R^2$  berada dalam rentang nol hingga satu. Nilai  $R^2$  yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen hanya dapat menjelaskan sebagian kecil variasi pada variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai  $R^2$  mendekati satu, berarti variabel independen hampir sepenuhnya menjelaskan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2018).

## DRAFT KUESIONER

### 1. Identitas Responden

Berilah tanda (✓) pada kolom yang tersedia!

Jenis Kelamin : ☐ Laki - laki  
☐ Perempuan

Usia : ☐ 17-25 Tahun  
☐ 26-35 Tahun  
☐ 36-45 Tahun  
☐ 46-50 Tahun

Domisili : ☐ Laweyan  
☐ Serengan  
☐ Pasar kliwon  
☐ Jebres  
☐ Banjarsari

Pernah menjual barang bekas atau rosok minimal satu kali di UD Dian Rosok Surakarta?

☐ Ya

Melakukan transaksi menjual barang bekas atau rosok dalam kurun waktu 6 bulan terakhir di UD Dian Rosok Surakarta?

☐ Ya

### Petunjuk Pengisian

Berilah tanda Checklist (✓) pada salah satu dari 5 pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat anda terhadap setiap pernyataan yang diberikan. Setiap pilihan jawaban menunjukkan tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan tersebut dengan interpretasi sebagai berikut:

Jawaban

Skor

Sangat Setuju (SS)

5

Setuju (S)

4

Netral (N)

3

Tidak Setuju (TS)

2

Sangat Tidak Setuju (STS)

1

**Tabel 5 Daftar Pernyataan Kuesioner**

1. Kualitas Pelayanan (X1)

| No | Pernyataan                                                                                           | SS | S | N | TS | STS |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|----|-----|
| 1  | UD Dian Rosok menimbang dengan hasil yang akurat dan dilayani setelah kesepakatan harga.             |    |   |   |    |     |
| 2  | Karyawan UD Dian Rosok cepat tanggap melayani pelanggan yang datang.                                 |    |   |   |    |     |
| 3  | Karyawan bersikap profesional sehingga pelanggan merasa aman setiap menjual barang di UD Dian Rosok. |    |   |   |    |     |
| 4  | Karyawan UD Dian Rosok perhatian memahami dengan baik kebutuhan dan kondisi pelanggan yang datang.   |    |   |   |    |     |
| 5  | Alat timbang yang digunakan UD Dian Rosok dalam kondisi berfungsi dengan baik.                       |    |   |   |    |     |

2. Harga (X2)

| No | Pernyataan                                                                                                                   | SS | S | N | TS | STS |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|----|-----|
| 1  | Harga yang ditawarkan UD Dian Rosok sesuai dengan kondisi barang yang dijual pelanggan.                                      |    |   |   |    |     |
| 2  | Pelanggan merasa harga yang diberikan UD Dian Rosok sudah layak dan adil sebanding dengan kualitas jenis barang yang dijual. |    |   |   |    |     |
| 3  | Pelanggan menilai harga di UD Dian Rosok lebih menguntungkan dibanding pengepul lainnya.                                     |    |   |   |    |     |
| 4  | Pelanggan merasa diuntungkan dengan kesesuaian harga yang diberikan.                                                         |    |   |   |    |     |

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

| No | Pernyataan                                                                                         | SS | S | N | TS | STS |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|----|-----|
| 1  | Pelayanan yang diberikan UD Dian Rosok memuaskan sesuai dengan harapan pelanggan.                  |    |   |   |    |     |
| 2  | Saya merasa puas dengan harga yang ditawarkan UD Dian Rosok.                                       |    |   |   |    |     |
| 3  | Saya lebih memilih untuk kembali menjual barang bekas di UD Dian Rosok dibanding pengepul lainnya. |    |   |   |    |     |
| 4  | Saya akan merekomendasikan UD Dian Rosok kepada orang lain.                                        |    |   |   |    |     |

G. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

a. Jenis Kelamin

Tabel 6 Hasil Analisis Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah |
|---------------|--------|
| Laki - Laki   | 81     |
| Perempuan     | 49     |
| Jumlah        | 130    |

Sumber : Data Primer Diolah 2026

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan distribusi jumlah responden berdasarkan jenis kelamin. Dari total 130 responden, 81 diantaranya adalah laki - laki, sedangkan 49 lainnya adalah perempuan. Dengan demikian, jumlah laki - laki lebih banyak dibandingkan perempuan dalam data tersebut.

b. Usia

Tabel 7 Hasil Analisis Deskriptif Berdasarkan Usia

| Usia          | Jumlah |
|---------------|--------|
| 17 - 25 Tahun | 22     |
| 26 - 35 Tahun | 26     |

|               |     |
|---------------|-----|
| 36 - 45 Tahun | 36  |
| 46 - 50 Tahun | 46  |
| Jumlah        | 130 |

Sumber : Data Primer Diolah 2026

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan distribusi responden berdasarkan kelompok usia. Dari total 130 orang, sebagian besar berada pada rentang usia 46 - 50 tahun sebanyak 46 orang, diikuti oleh usia 36 - 45 tahun sebanyak 36 orang. Selanjutnya, responden dengan rentang usia 26 - 35 tahun sebanyak 26 orang, dan paling sedikit berada pada rentang usia 17 - 25 tahun sebanyak 22 orang. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok usia 46 - 50 tahun mendominasi data tersebut.

### c. Domisili

Tabel 8 Hasil Analisis Deskriptif Berdasarkan Domisili

| Domisili     | Jumlah |
|--------------|--------|
| Laweyan      | 22     |
| Serengan     | 30     |
| Pasar Kliwon | 44     |
| Jebres       | 18     |
| Banjarsari   | 16     |
| Jumlah       | 130    |

Sumber : Data Primer Diolah 2026

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan distribusi responden berdasarkan domisili. Dari jumlah 130 orang, sebagian besar berasal dari Pasar Kliwon sebanyak 44 orang. Domisili lainnya memiliki jumlah yang lebih kecil, yaitu Laweyan (22 orang), Seregan (30 orang), Jebres (18 orang), dan Banjarsari (16 orang). Data ini menunjukkan bahwa Pasar Kliwon merupakan daerah dengan jumlah responden terbanyak dalam data tersebut.

## 1. Uji Instrumen Data

### a. Uji Validitas

Tabel 9 Hasil Uji Validitas

| Variabel           | Indikator | P-value | Nilai Signifikansi | $R_{hitung}$ | $R_{tabel}$ | Keterangan |
|--------------------|-----------|---------|--------------------|--------------|-------------|------------|
| Kualitas Pelayanan | X 1.1     | < 0,05  | 0,000              | 0,829        | 0,172       | Valid      |
|                    | X 1.2     | < 0,05  | 0,000              | 0,877        | 0,172       | Valid      |

|                    |       |        |       |       |       |       |
|--------------------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|
|                    | X 1.3 | < 0,05 | 0,000 | 0,867 | 0,172 | Valid |
|                    | X 1.4 | < 0,05 | 0,000 | 0,873 | 0,172 | Valid |
|                    | X 1.5 | < 0,05 | 0,000 | 0,843 | 0,172 | Valid |
| Harga              | X 2.1 | < 0,05 | 0,000 | 0,868 | 0,172 | Valid |
|                    | X 2.2 | < 0,05 | 0,000 | 0,878 | 0,172 | Valid |
|                    | X 2.3 | < 0,05 | 0,000 | 0,868 | 0,172 | Valid |
|                    | X 2.4 | < 0,05 | 0,000 | 0,890 | 0,172 | Valid |
| Kepuasan Pelanggan | Y 1   | < 0,05 | 0,000 | 0,847 | 0,172 | Valid |
|                    | Y 2   | < 0,05 | 0,000 | 0,800 | 0,172 | Valid |
|                    | Y 3   | < 0,05 | 0,000 | 0,813 | 0,172 | Valid |
|                    | Y 4   | < 0,05 | 0,000 | 0,864 | 0,172 | Valid |

Sumber : Data Primer Diolah 2026

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) masing - masing variabel nilai signifikansinya sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $R_{hitung} > R_{tabel}$ . Hal ini menunjukkan bahwa item - item dalam kuesioner dinyatakan valid. memiliki hubungan yang signifikan dengan total skor dan menandakan bahwa kuesioner tersebut valid dalam mengukur variabel yang diteliti.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 10 Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel           | Cronbach's Alpha | Standar Reliabilitas | Keterangan |
|--------------------|------------------|----------------------|------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,910            | > 0,6                | Reliabel   |
| Harga              | 0,898            | > 0,6                | Reliabel   |
| Kepuasan Pelanggan | 0,851            | > 0,6                | Reliabel   |

Sumber : Data Primer Diolah 2026

Berdasarkan tabel 10, menunjukkan nilai Cronbach's Alpha variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,910, Harga (X2) sebesar 0,898 dan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,851. Nilai tersebut lebih tinggi dari 0,6 sehingga semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat diandalkan sebagai alat ukur.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Tabel 11 Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                         |
|------------------------------------|-------------------------|
|                                    | Unstandardized Residual |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             | 0.200                   |

Sumber : Data Primer Diolah 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 11 menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Tabel 12 Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel           | Nilai Tolerance | Nilai VIF | Keterangan                      |
|--------------------|-----------------|-----------|---------------------------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,270           | 3,705     | Tidak Terjadi Multikolinearitas |
| Harga              | 0,270           | 3,705     | Tidak Terjadi Multikolinearitas |

Sumber : Data Primer Diolah 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas tabel 12 diperoleh hasil bahwa nilai tolerance lebih besar  $> 0,10$  dan nilai VIF lebih rendah dari  $< 10$ , maka variabel independen dalam model regresi Kualitas Pelayanan, dan Harga tidak terjadi multikolinearitas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Variabel           | P-value | Sig   | Keterangan                        |
|--------------------|---------|-------|-----------------------------------|
| Kualitas Pelayanan | $>0,05$ | 0,386 | Tidak Terjadi Heteroskedastisitas |
| Harga              | $>0,05$ | 0,575 | Tidak Terjadi Heteroskedastisitas |

Sumber : Data Primer Diolah 2026

Nilai sig variabel Kualitas Pelayanan, dan Harga lebih besar dari  $> 0,05$  sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Variabel                | Unstandardized Coefficients | t     | Sig.  |
|-------------------------|-----------------------------|-------|-------|
| <b>B</b>                |                             |       |       |
| (Constant)              | 2,661                       | 3,715 | 0,000 |
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0,378                       | 5,750 | 0,000 |
| Harga (X2)              | 0,370                       | 4,667 | 0,000 |

Sumber : Data Primer Diolah 2026

Berdasarkan hasil persamaan uji regresi linear berganda yang terdapat pada kolom Unstandardized Coefficient dengan hasil  $Y = 2,661 + 0,378 (X1) + 0,370 (X2)$ .

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa :

- a. Nilai constant memiliki nilai positif sebesar 2,661.  
Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi Kualitas Pelayanan dan Harga bernilai 0 atau tidak mengalami perubahan, maka nilainya adalah 2.797.
- b. Kualitas Pelayanan = 0,378.  
Nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai positif sebesar 0,378. Hal ini menunjukkan jika variabel tersebut mengalami kenaikan 1%, maka Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 0,378 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- c. Harga = 0,370  
Nilai koefisien regresi untuk variabel Harga memiliki nilai positif sebesar 0,370. Hal ini menunjukkan jika variabel tersebut mengalami kenaikan 1%, maka Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 0,370 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

4. Uji Signifikansi

- a. Uji Parsial ( Uji t )

Tabel 15 Hasil Uji Parsial ( Uji t )

| Variabel                | t Tabel | t Hitung | Sig  | Keterangan             |
|-------------------------|---------|----------|------|------------------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | 1,978   | 5,750    | ,000 | Berpengaruh Signifikan |
| Harga (X2)              | 1,978   | 4,667    | ,000 | Berpengaruh Signifikan |

Sumber : Data Primer Diolah 2026

- a.  $H_1$  : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD Dian Rosok Surakarta.

Pada variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar  $5,750 > 1,978$  dengan signifikansinya  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil analisis tersebut dinyatakan bahwa  $H_1$  diterima.

- b.  $H_2$  : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD Dian Rosok Surakarta.

Pada variabel Harga memiliki nilai t hitung sebesar  $4,667 > 1,978$  dengan nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil analisis tersebut dinyatakan bahwa  $H_2$  diterima.

b. Uji Simultan ( Uji F )

Tabel 16 Hasil Uji Simultan ( Uji F )

| Model |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F       | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|---------|------|
| 1     | Regression | 769,993        | 2   | 384,997     | 186,594 | ,000 |
|       | Residual   | 262,038        | 127 | 2,063       |         |      |
|       | Total      | 1032,031       | 129 |             |         |      |

Sumber : Data Primer Diolah 2026

$H_3$  : Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD Dian Rosok Surakarta.

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 16, diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama - sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini didukung oleh nilai F hitung sebesar  $186,594 > 3,07$  F tabel yang menunjukkan model regresi layak digunakan. Maka dinyatakan bahwa  $H_3$  diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi

| R Square | Adjusted R Square |
|----------|-------------------|
| .746     | .742              |

Sumber : Data Primer Diolah 2026

Berdasarkan tabel 17, nilai uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,746 yang menunjukkan bahwa 74,6% variabilitas dalam Kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan. Sisa 25,4% dipengaruhi oleh faktor - faktor lain di luar model yang tidak diuji dalam penelitian ini. Semakin mendekati nilai R-Square ke 1, maka semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen.

## H. PEMBAHASAN

### 1. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada UD Dian Rosok Surakarta. Penelitian ini mendapatkan hasil kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada UD Dian Rosok Surakarta. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis dapat diterima, dan indikator - indikator pada variabel kualitas pelayanan yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada UD Dian Rosok Surakarta.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Liestoyo dan Ahyani (2025) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan (Studi pada pelanggan PT. Binasentra Purna di Kantor Pusat DKI Jakarta).

Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Pelayanan yang cepat, ramah, dan tanggap terhadap kebutuhan pelanggan akan membuat pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

### 2. Harga Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara harga dengan kepuasan pelanggan pada UD Dian Rosok Surakarta. Penelitian ini mendapatkan hasil harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada UD Dian Rosok Surakarta. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis dapat diterima, dan indikator - indikator pada variabel harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada UD Dian rosok Surakarta.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zagoto dan Sari (2025) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga yang dianggap wajar dan sesuai dengan kualitas produk akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Studi pada mahasiswa Universitas Pamulang).

Harga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Semakin sesuai dan kompetitif harga yang ditetapkan maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Penetapan harga yang tepat sesuai dengan kondisi pasar serta kualitas barang yang sedang ditransaksikan akan membuat pelanggan merasa puas dan cenderung mempertahankan hubungan transaksi yang berkelanjutan.

### **3. Kualitas Pelayanan dan Harga secara Simultan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada UD Dian Rosok Surakarta. Penelitian ini mendapatkan hasil kualitas pelayanan dan harga secara bersama - sama simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada UD Dian Rosok Surakarta. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan Uji F diperoleh nilai  $f$  hitung lebih besar daripada  $f$  tabel sebesar 186,594 dengan tingkat signifikansinya 0,000. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis dapat diterima.

Pengaruh kedua variabel ini diperkuat oleh nilai  $R$  Square sebesar 0,746. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama - sama memberikan kontribusi besar 74,6% terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada UD Dian Rosok Surakarta.

Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh salah satu faktor melainkan hasil perpaduan antara pelayanan yang baik dan harga yang sesuai. Pelanggan UD Dian Rosok Surakarta akan merasa sangat puas apabila mendapatkan pelayanan yang cepat, ramah serta didukung harga barang yang kompetitif. Sebaliknya jika salah satu faktor tersebut tidak optimal, misalnya harga sesuai tetapi pelayanan buruk maka kepuasan pelanggan tidak akan mencapai tingkat yang maksimal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sale dkk. (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi kombinasi antara kualitas pelayanan yang baik dan harga yang kompetitif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara optimal di industri bisnis serupa (Studi pada UD Usaha Bersama Magepanda).

Kualitas pelayanan dan harga merupakan dua faktor yang saling berkaitan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik tanpa didukung oleh harga yang sesuai dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan kedua aspek tersebut secara seimbang agar mampu menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal.

## **I. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Dian Rosok Surakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.
2. Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Dian Rosok Surakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sesuai dan kompetitif harga yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.
3. Variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Dian Rosok Surakarta. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kualitas pelayanan yang baik dan harga yang kompetitif secara bersama - sama menjadi penentu dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

### **Saran**

1. Untuk Pihak UD Dian Rosok Surakarta

UD Dian Rosok disarankan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan yang telah dicapai serta terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan yang cepat dalam proses menimbang, informasi harga yang jelas, dan sopan kepada setiap pelanggan dengan demikian pelanggan akan merasa nyaman dan percaya pada saat melakukan transaksi. Selain itu, dalam hal penetapan harga UD Dian Rosok diharapkan dapat menjaga harga tetap kompetitif sesuai dengan kondisi pasar dan kualitas barang yang sedang ditransaksikan. Evaluasi harga secara berkala perlu dilakukan agar tetap sesuai dengan fluktuasi pasar. Harga yang jelas dan konsisten dapat membantu mengurangi kesalahpahaman serta akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga pelayanan yang baik dan harga yang sesuai akan membantu meningkatkan loyalitas pelanggan serta menjaga keberlanjutan hubungan transaksi jangka panjang.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan jumlah sampel dan menguji variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti loyalitas pelanggan, kepercayaan, atau sistem pembayaran. Selain itu, dapat juga memperluas objek penelitian pada perusahaan sejenis atau wilayah yang berbeda agar diperoleh hasil yang lebih general dan dapat dibandingkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Tooy, S. M. (2024). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 3(1), 8–16.
- Sukarsa, A., & Mas'adi, M. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Sava Kopi Pamulang. *Jurnal Operasional Manajemen (JURAMA)*, 1(1), 1–11.
- Hendrik, J. J. (2024). Analisis kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan customer service, harga, dan ketepatan waktu pengiriman. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 3(1), 145–154.
- Ulinuha, G. (2021). Harga, kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(4), 422–447.
- Nurjamad, M. A., & Wahyuni, T. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan online shop Paddy Kota Bandung. *Indonesian Journal of Economic and Business (IJE)*, 3(1), 1–12.
- Nuraeni. (2021). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi online Grab (Studi kasus pada mahasiswa Prodi S1 Manajemen 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 94–100.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1), 891–900.
- Adixio, R. F., & Saleh, L. (2013). Pengaruh kualitas layanan dan nilai yang dirasakan terhadap niat pembelian ulang melalui mediasi kepuasan pelanggan Restoran Solaria di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(2), 151–164.
- Sanusing, E., & Giyartiningrum, E. (2023). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada Supermarket Pamella Empat). *Journal Competency of Business*, 7(2), 12–22.
- Liestoyo, D. D., & Ahyani. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT Binasentra Purna di kantor pusat DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 5(2), 556–570.
- Zagoto, I., & Sari, A. R. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna transportasi online Grab Bike. *Jurnal PERKUSI: Pemasaran, Keuangan dan Sumber Daya Manusia*, 5(2), 390–400.
- Permadi, B. (2023). Kepuasan pelanggan Domino's Pizza dalam perspektif kualitas pelayanan dan harga. *AMANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 51–60.

- Sari, N. L. P. D. A., & Mayasari, N. M. D. A. (2022). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 108–115.
- Wulandari, S. R., & Susanti, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Grab. *Target: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 67-78.
- Liando, T. A. O., & Umiyati, H. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Fanattic High. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 2(2), 34–43.
- Rochani, T. P. (2023). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Daster Tiary Art Shop Tulungagung (Studi kasus di Toko Daster Tiary Art Shop tahun 2024). *JBME (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi)*, 21(2), 954–972.
- Fitriana, & Mahyus. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Obladi Kota Makassar. *Journal SosioPraxis: Komunikasi, Publik, Bisnis, Fiskal, Perpustakaan dan Sains Informasi*, 1(1), 2–8.
- Lishartono, C. F., Clariyani, R., Rukmana, I., & Pradiptya, E. (2024). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jasa dekorasi backdrop ELC Decor di Cikupa, Tangerang. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(8), 334–348.
- Sale, I., Kurniawan, A. P., & Obon, W. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di UD. Usaha Bersama Magepanda (Studi kasus pada Kecamatan Magepanda). *Cuan: Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 80–92.