

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADEL AT ALLEY BY PERURI PROPERTY JAKARTA SELATAN**Said Rhamadan Al Musayyat, Syabrinildi**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

Email: saidalmusayat@gmail.com, syabrinildi.syb@bsi.ac.id**Abstrak**

Pesatnya perkembangan industri olahraga padel di Indonesia menyebabkan persaingan antar penyedia jasa semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga, baik secara parsial maupun simultan, terhadap kepuasan pelanggan pada Padel at Alley by Peruri Property Jakarta Selatan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian berjumlah 875 pelanggan dan sampel sebanyak 90 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan teknik simple random sampling. Data dikumpulkan melalui observasi dan kuesioner skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan t hitung 6,488 dan signifikansi 0,000. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan dengan t hitung 4,068 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan dengan F hitung 37,804 dan signifikansi 0,000. Nilai R^2 sebesar 0,465 menunjukkan bahwa kedua variabel menjelaskan 46,5% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan 53,5% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: kualitas pelayanan; harga; kepuasan pelanggan.**Abstract**

The rapid growth of the padel sports industry in Indonesia has intensified competition among service providers. This study aims to analyze the partial and simultaneous effects of service quality and price on customer satisfaction at Padel at Alley by Peruri Property, South Jakarta. A quantitative approach with a survey method was employed. The population consisted of 875 customers, while 90 respondents were selected using Slovin's formula and simple random sampling. Data were collected through observation and a five-point Likert-scale questionnaire and analyzed using SPSS through validity, reliability, classical assumption, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination analyses. The findings show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a t-value of 6.488 and a significance of 0.000. Price also has a positive and significant effect, with a t-value of 4.068 and a significance of 0.000. Simultaneously, service quality and price significantly affect customer satisfaction, with an F-value of 37.804 and a significance of 0.000. The coefficient of determination (R^2) of 0.465 indicates that the two independent variables explain 46.5% of customer satisfaction, while the remaining 53.5% is explained by other factors outside the study.

Keywords: service quality; price; customer satisfaction.**Article History**

Received: Oktober 2026

Reviewed: Oktober 2026

Published: Oktober 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan industri jasa olahraga tidak terlepas dari perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan yang semakin memperhatikan kesehatan dan aktivitas fisik. Dalam industri berbasis jasa, kepuasan pelanggan menjadi salah satu ukuran penting keberhasilan karena pelanggan yang memperoleh pengalaman positif berpotensi melakukan transaksi ulang dan memberikan rekomendasi kepada orang lain (Agung et al., 2021).

Salah satu perkembangan yang menonjol dalam industri olahraga Indonesia adalah pertumbuhan olahraga padel. Indonesia Padel Report 2025 mencatat pertumbuhan jumlah klub padel yang sangat pesat, diikuti pembangunan lapangan baru di berbagai wilayah. Kondisi tersebut meningkatkan persaingan antarpenyedia fasilitas padel sehingga pengelola tidak hanya dituntut menyediakan fasilitas bermain, tetapi juga memberikan pelayanan yang mampu memenuhi harapan pelanggan serta menetapkan harga yang dipandang sepadan dengan manfaat yang diterima.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dimensi kualitas layanan seperti bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dapat menjadi dasar pelanggan dalam mengevaluasi pengalaman layanan (Dionisius Hardin & Nur Nawaningtyas, 2024; Sayekti et al., 2022). Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan pada berbagai konteks jasa (Agung et al., 2021; Afliati & Megasari, 2023).

Selain kualitas pelayanan, harga merupakan pertimbangan pelanggan dalam menilai nilai yang diperoleh dari suatu jasa. Harga yang dipersepsikan sesuai dengan kualitas dan manfaat dapat meningkatkan kepuasan, sedangkan ketidaksesuaian antara harga dan manfaat dapat menurunkan evaluasi pelanggan. Temuan mengenai hubungan harga dengan kepuasan juga ditunjukkan pada penelitian terkait jasa dan produk, termasuk penelitian Doloksaribu et al. (2023), Nurmila et al. (2023), Maulidia Putri & Lisna (2024), serta Solihin & Kurniawan (2024).

Meskipun penelitian mengenai kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan, penelitian yang secara spesifik mengkaji venue olahraga padel di Jakarta Selatan masih terbatas. Kesenjangan tersebut menjadi dasar penelitian ini untuk menganalisis secara empiris pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Padel at Alley by Peruri Property Jakarta Selatan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut: H1, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; H2, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; dan H3, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, serta pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Padel at Alley by Peruri Property Jakarta Selatan. Penelitian dilaksanakan pada April 2026. Responden

merupakan pelanggan yang pernah menggunakan layanan sewa lapangan di Padel at Alley minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir.

Populasi penelitian berjumlah 875 pelanggan yang pernah bermain di Padel at Alley pada periode penelitian. Sampel berjumlah 90 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik simple random sampling. Data primer diperoleh melalui observasi langsung di lokasi penelitian dan penyebaran kuesioner. Instrumen kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, yaitu sangat setuju (5), setuju (4), netral (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Variabel kualitas pelayanan (X1) diukur melalui dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Variabel harga (X2) diukur melalui keterjangkauan tarif, kesesuaian harga dengan kualitas fasilitas, daya saing harga, serta kesesuaian biaya dengan manfaat. Variabel kepuasan pelanggan (Y) diukur melalui kualitas produk/layanan, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan kemudahan.

Data dianalisis menggunakan SPSS. Pengujian meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Persamaan regresi linear berganda yang digunakan adalah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ (Nurani et al., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian melibatkan 90 responden. Berdasarkan jenis kelamin, 39 responden (43%) laki-laki dan 51 responden (57%) perempuan. Berdasarkan usia, responden berusia 15-25 tahun berjumlah 44 orang, 26-35 tahun sebanyak 38 orang, dan 36-45 tahun sebanyak 8 orang. Dari sisi pendidikan, responden dengan pendidikan SMA/ sederajat berjumlah 34 orang, diploma 9 orang, dan S1/S2/S3 sebanyak 47 orang.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	39	43%
	Perempuan	51	57%
Usia	15-25 tahun	44	57%
	26-35 tahun	38	36%
	36-45 tahun	8	7%
Pendidikan	SMA/ sederajat	34	46%
	Diploma	9	9%
	S1/S2/S3	47	45%

Uji kualitas data

Seluruh item pernyataan dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar daripada r tabel 0,174. Pada variabel kualitas pelayanan, nilai r hitung item berada pada rentang 0,451-0,751; pada variabel harga, seluruh item juga lebih besar dari 0,174; dan pada kepuasan pelanggan nilai item yang ditampilkan dalam penelitian berada di atas batas tersebut. Hasil uji reliabilitas menunjukkan seluruh variabel reliabel karena Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,754	Reliabel
Harga (X2)	0,689	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,738	Reliabel

Pengujian hipotesis dan regresi

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan t hitung 6,488, lebih besar daripada t tabel 1,988, dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan t hitung 4,068, lebih besar daripada t tabel 1,988, dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_1 dan H_2 diterima.

Pada pengujian simultan, diperoleh F hitung sebesar 37,804 dengan signifikansi 0,000. Nilai tersebut lebih besar daripada F tabel 3,10 dan signifikansinya lebih kecil dari 0,05, sehingga H_3 diterima. Artinya, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 3. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian	Nilai	Keputusan
Kualitas pelayanan → kepuasan	$t = 6,488$; Sig. = 0,000	H_1 diterima
Harga → kepuasan	$t = 4,068$; Sig. = 0,000	H_2 diterima
X1 dan X2 → kepuasan	$F = 37,804$; Sig. = 0,000	H_3 diterima
Koefisien determinasi	$R^2 = 0,465$	46,5% dijelaskan model

Hasil regresi linear berganda menghasilkan persamaan $Y = 6,224 + 0,514X_1 + 0,332X_2 + e$. Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,514 menunjukkan arah pengaruh positif, sedangkan koefisien harga sebesar 0,332 juga menunjukkan arah pengaruh positif. Nilai koefisien

determinasi simultan sebesar 0,465 berarti kualitas pelayanan dan harga mampu menjelaskan 46,5% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan 53,5% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Pembahasan

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan di Padel at Alley diikuti peningkatan kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Agung et al. (2021), Afliati & Megasari (2023), serta Sayekti et al. (2022) yang menunjukkan pentingnya kualitas pelayanan dalam membentuk kepuasan. Dalam konteks Padel at Alley, kualitas pelayanan mencakup pengalaman pelanggan terhadap kondisi fasilitas, keandalan layanan, kecepatan respons, jaminan, dan perhatian karyawan. Karena itu, peningkatan kualitas interaksi dan fasilitas menjadi bagian penting dalam mempertahankan pengalaman positif pelanggan.

Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, ketika pelanggan menilai tarif yang dibayarkan sesuai dengan kualitas fasilitas dan manfaat yang diperoleh, kepuasan cenderung meningkat. Hasil ini mendukung penelitian Doloksaribu et al. (2023), Nurmila et al. (2023), Maulidia Putri & Lisna (2024), dan Solihin & Kurniawan (2024). Temuan ini menunjukkan bahwa pengelola perlu mempertahankan harga yang kompetitif sekaligus memastikan manfaat dan kualitas fasilitas yang diterima pelanggan tetap sebanding.

Pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Kedua variabel secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan dengan kemampuan menjelaskan 46,5% variasi kepuasan pelanggan. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dibentuk oleh satu aspek, tetapi oleh kombinasi pengalaman pelayanan dan penilaian terhadap harga. Nilai 53,5% yang belum dijelaskan model menunjukkan adanya faktor lain yang dapat diteliti lebih lanjut, seperti fasilitas, pengalaman pelanggan, promosi, citra, dan faktor emosional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Padel at Alley by Peruri Property Jakarta Selatan. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung 37,804 dan signifikansi 0,000. Model penelitian memiliki R^2 sebesar 0,465, sehingga kedua variabel menjelaskan 46,5% kepuasan pelanggan, sedangkan 53,5% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

Implikasinya, pengelola disarankan meningkatkan kualitas pelayanan secara berkala, terutama kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, kebersihan area, dan kenyamanan fasilitas pendukung. Kebijakan harga juga perlu dipertahankan agar kompetitif dan rasional serta tetap sejalan dengan kualitas fasilitas dan manfaat yang dirasakan pelanggan.

BIBLIOGRAFI

- Afliati, A. M., & Megasari, A. D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna marketplace Shopee di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 2(2), 91-107.
- Agung, R. A. K., Kurniawan, A. P., & Juru, P. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 3(1).
- Dionisius Hardin, & Nur Nawaningtyas. (2024). Analisa kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada PT Tj Bros dengan metode SERVQUAL. *Merkurius: Jurnal Riset Sistem Informasi dan Teknik Informatika*, 3(1), 55-65.
- Dirgantara, U., & Suryadarma, M. (2024). Penerapan metode Servqual dalam analisis pola kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan Bank X. *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma*, 11(2).
- Doloksaribu, D. D., Hafid, R., Bahsoan, A., Moonti, U., & Mahmud, M. (2023). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan Toko Elektronik Mickim Tech di Kota Gorontalo. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(10), 8178-8184.
- Ferre, A. N. L. C., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2023). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan Indihome PT. Telkom Akses Kotamobagu. *Jurnal EMBA*, 11(2), 190-204.
- Fikri, M. El, Ahmad, R., & Harahap, R. (2021). Strategi mengembangkan kepuasan pelanggan online shop dalam meningkatkan penjualan. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(1), 87-105.
- Ghufron, U. (2021). Harga, kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online. *Bisnis: Jurnal Manajemen Magelang*, 18(4), 422-447.
- Maulidia Putri, & Yuke Permata Lisna. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Kopigo Padang. *Jurnal Ilmiah dan Karya Mahasiswa*, 2(4), 105-111.
- Nurani, A. T., Setiawan, A., & Susanto, B. (2023). Perbandingan kinerja regresi Decision Tree dan regresi linear berganda untuk prediksi BMI pada dataset asthma. *Jurnal Sains dan Edukasi Sains*, 6(1), 34-43.
- Nurmila, Yamin, M. M., Anwar, N., & Ghazali, R. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Mandar Sutra di Campalagian. *MANARANG: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 10-17.
- Sayekti, F., Tarigan, B., Endang, L., & Reni, W. (2022). Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pemakai layanan jasa. *Jurnal Riset Akuntansi dan Auditing*, 9, 16-26.
- Solihin, D., & Kurniawan. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(2), 129-141.

- Walfasyah, A., & Surono. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan customer experience terhadap WOM melalui kepuasan pelanggan pada bisnis kebugaran (FTLGym). Jurnal Cendekia Ilmiah, 4(6), 839-855.
- Wijayanti, F., & Hutaeruk, B. M. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen. Journal of Trends Economics and Accounting Research, 3(4), 465-471.
- Zainuddin, I., & Adithya, W. (2021). Metode penelitian.