MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 7 Tahun 2026

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA INDOMARET GRAHA PRIMA TAMBUN

Tarisa Salsa Dilla1)*, Dhuha Safria2), Mentari Pratami3)

Universitas Bina Sarana indormatika, Jakarta

e-mail: tarisasalsa55@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Graha Prima Tambun. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kauntittif dengan sumber data rpimer yang diperoleh melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Indomaret Graha Prima Tambun yang pernah berkunjung, dengan sampel yang terkumpul sebanyak 96 responden menggunakan teknik penentuan sampel yaitu rumus Lemeshow. Metode analisis data yang dipakai adalah analisis regresi linear berganda dengan pengujian hipotesis yaitu uji t dan uji F dengan alat bantu perangkat lunak SPSS

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

Abstarct

This research aims to determine and analyze the influence of service quality and price, both partially and simultaneously, on customer satisfaction at Indomaret Graha Prima Tambun. The type of research used is quantitative research with primary data sources obtained thru questionnaires. The population in this study consists of customers of Indomaret Graha Prima Tambun who have visited, with a sample of 96 respondents collected using the Lemeshow formula sampling technique. The data analysis method used is multiple linear regression analysis with hypothesis testing, namely the t-test and F-test, using the SPSS software

Keywords: *service quality, price, customer satisfaction*

Article history

Received: Juni 2026

Reviewed: Juni 2026

Published: Juni 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri ritel modern di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir mengalami kemajuan yang signifikan, sejalan dengan meningkatnya permintaan dari masyarakat akan kemudahan dalam memperoleh barang dan jasa secara cepat. Ritel merupakan kegiatan usaha yang menawarkan produk atau jasa secara langsung kepada pembeli akhir. Dalam praktiknya, proses jual beli tidak selalu dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli, karena konsumen dapat melihat dan memilih produk berdasarkan label harga yang tersedia. Kegiatan

ini umumnya berlangsung di dalam toko, di mana pelanggan dapat memilih barang sendiri atau dibantu oleh pramuniaga (Syamsyah, 2021).

Kepuasan dari suatu pelanggan dipengaruh oleh kualitas pelayanan, jika pelayanan yang mereka terima kurang baik maka pelanggan pun merasa pelayanan tersebut dapat mengurangi kepuasan pelanggan. masih ditemukan beberapa kendala yang mempengaruhi kenyamanan konsumen. Beberapa pelanggan menilai bahwa kualitas pelayanan yang diberikan masih belum sepenuhnya baik, seperti sikap karyawan. yang kurang ramah, kurang cepat dalam melayani, serta kurang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan. Kondisi ini dapat menimbulkan kesan negatif dan berdampak pada tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan. Sementara itu tidak hanya dari kualitas pelayanan saja kepuasan pelanggan di ukur tetapi dari salah satu faktor yaitu harga. Harga yang ditawarkan suatu usaha berpengaruh langsung terhadap kepuasan yang dirasakan pelanggan. Setiap orang yang berbelanja tentu berharap mendapatkan pengalaman berbelanja yang memuaskan dengan harga yang dirasa sesuai (Pranata & Wibowo, 2023).

2. KAJIAN PUSTAKA

Kualiats Pelayanan

Kualitas. pelayanan. merupakan penilaian konsumen atas tingkat layanan yang diperoleh dibandingkan dengan. harapan. yang dimiliki, di mana layanan tersebut dinilai berkualitas apabila mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. secara optimal, selaras dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan, serta mencerminkan kemampuan penyedia layanan dalam memahami dan memenuhi ekspektasi pelanggannya. Kualitas Pelayanan menurut Wibowo dan Priansa dalam (Bharmawan & Hanif, 2022) adalah standar pencapaian yang ditetapkan dan dikelola sebaik mungkin untuk memuaskan harapan pelanggan.

Dimensi Kualitas Pelayanan

a. Bukti Fsisik (tangibles)
   Merupakan kemampuan yang dapat dinilai melalui aspek fisik yang terlihat secara langsung.
b. Keandalan (reliability)
   Merupakan kemampuan yang mencerminkan kecepatan pelayanan untuk dianggap sesuai dengan harapan.
c. Daya Tanggap (responssive)
   Merupakan kemauan untuk melayani pelanggan secara cepat.

d. Jaminan (assurance)
   Merupakan penegtahuan dan kemampuan untuk membangun kepercayaan pelanggan untuk mengkonsumsi jasa yang ditawarkan
e. Empati (empathy)
   Merupakan sikap peduli yang tulus dalam melayanai setiap pelanggan.

Harga

Harga merupakan jumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen sebagai imbalan untuk mendapatkan sebuah produk. beserta layanan yang disediakan oleh perusahaan menurut Basu dalam (Saputro, 2024).

Dimensi Harga

Stanton dalam (Syamsyah, 2021) mengemukakan empat dimensi yang menjadi ciri harga, yakni:

a. Keterjangakuan Harga
   Penetapan harga oleh penjual disesuaikan dengan kemampuan beli konsumen, supaaya produk atau layanan yang ditawarkan dapat terjangau oleh berbagai kalangan.
b. Daya Saing Harga
   Harga. yang. ditetapkan oleh. satu penjual. bisa saja berbeda. dengan harga yang ditawarkan perusahaan lain untuk produk serupa.
c. Kesesuaian Harga dengan kualitas produk
   Hargai yangi ditetapkan perusahaani sebanding dengan kualitas produk yang diperoleh konsumen
d. Kesesuaian Harga dengan manfaat produk
   Hargai yangi ditetapkan perusahaani sesuaii dengani manfaati produk yangi dirasakan oleh konsumen saat melakukan pembelian

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam (Putri et al., 2024) Kepuasan merupakan semacam emosi positif atau negatif yang dirasakan individu sebagai akibat dari membandingkan hasil produk yang diterima dengan harapan yang telah ada sebelumnya.

Dimensi Kepuasan Pelanggan

Irawan dalam (Nizwar et al., 2024) kepuasan pelanggan diukur melalui lima dimensi, yaitu:

a. Harga

   Harga yang terjangkau menjadi penentu utama kepuasan karena mereka merasa memperoleh nilai yang setara dengan biaya yang telah dikeluarkan.

b. Kualitas Pelayanan

   Kualitas pelayanan merupakan dimensi yang memengaruhi kepuasan pelanggan, di mana pelanggan akan merasa puas ketika layanan yang diperoleh sesuai atau bahkan melampaui harapan yang dimiliki.

c. Kualitas Produk

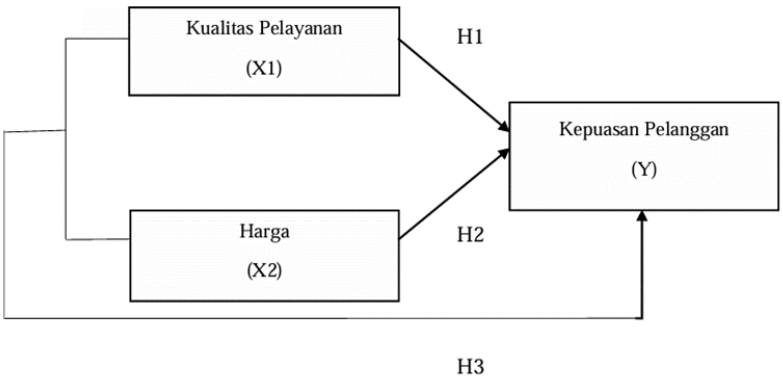
   Konsumen akan merasakan kepuasan setelah membeli dan menggunakan suatu produk apabila produk tersebut memiliki kualitas yang tinggi.

d. Emotional Factor

   Faktor emosional terwujud dari kepuasan yang muncul dalam diri konsumen saat memanfaatkan suatu produk atau jasa, di mana kepuasan tersebut mampu membangkitkan perasaan bangga dan meningkatkan rasa percaya diri mereka.

e. Biaya dan Kemudahan

   Tingkat kepuasan pelanggan akan semakin meningkat apabila produk atau layanan dapat diperoleh dengan cara yang mudah, nyaman, dan efisien.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, maka hipotesis yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Diduga terdapat pengaruh pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Graha Prima Tambun.

H2 : Diduga terdapat pengaruh pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Graha Prima Tambun.

H3 : Diduga Kualitas Pelayanan dan Harga secara Bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Graha Prima Tambun.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah adalah pelanggan Graha prima Tambun. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Indomaret Graha Prima Tambun atau masyarakat sekitannya di Graha Prima Tambun, Jumlah populasi dalam penelitian ini bersifat tak terbatas. Penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling dengan rumu Lemshow untuk menentukan jumlah sampelnya.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan Google Form. Penelitian ini menggunakan 2 jenis sumber data yaitu menggunakan data primer yaitu melalui observasi dan data sekunder dengan melihat dari buku, jurnal yang berkaitan dengan penelitian.

Analisis Data

Dalam penelitian ini instrumen pernyataan akan dikaji untuk validitas dan reliabilitasnya untuk menjamin kualitasnya. Proses analisis data dilaksanakan menggunakan metode regresi linear berganda dengan dukungan SPSS versi 27, yang mencakup pengujian asumsi klasik seperti uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan linearitas, serta pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta koefisien determinasi (R^2) dan koefisien regresi untuk menilai pengaruh antara variabel yang diteliti.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan penyebaran kuesioner yang dilakukan dalam penelitian ini, diperoleh data mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Hasil dari data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Responden	Persentase %
1	Laki-laki	41	42,7%
2	Perempuan	55	57,3%
Jumlah		96	100%

Sumber: data primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil dari tabel 1 diatas, dapat diketahu bahwa sebagian besar pelanggan Inomaret Graha Prima ber jenis kelamin perempuan 55 orang (57,3%), sedangakan laki-laki 41 orang (42,7%)

Tabel 2. Usia

No	Usia	Responden	Persentase
1	18 – 22 tahun	30	31,3%
2	23 – 27 tahun	32	33,3%
3	28 – 33 tahun	17	17,7%
4	>33 tahun	17	17,7%
Jumlah		96	100%

Sumber: data primer diolah (2026)

Berdasarkan tabel.2 di atas dapat diketahui bahwa usia responden 18 – 22 tahun sebanyak 30 orang atay 31,1%. Kemudian usia responden yang paling banyak terdapat pada usia 23 – 27 tahun sebanyak 32 orang atau 33,3%. Usia responden antara 28 – 33 tahun sebanyak 17 orang atau 17,7%. Dan usia responden di tas 33 tahun sebanyak 17 orang atau 17,7%.

Tabel 3. Pekerjaan

No	Pekerjaan	Responden	Presentase
1	Pelajar/Mahasiswa	36	(37,5%)
2	Karyawan	27	(28,1%)
3	Ibu Rumah Tangga	16	(16,7%)
4	Wirausaha	17	(17,7%)
Jumlah		96	100%

Sumber: data primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 3 di atas, dari keseluruhan 96 responden diketahui bahwa responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa merupakan yang paling dominan, yaitu sebanyak

36 orang atau 37,5%. Selanjutnya, responden dengan pekerjaan sebagai karyawan sebanyak 27 orang atau 28,1%, wirausaha sebanyak 17 orang atau 17,7%, serta ibu rumah tangga sebanyak 16 orang atau 16,7%

Hasil Analisis Data

1) Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai tingkat keabsahan suatu instrumen penelitian. Instrumen dinyatakan valid apabila setiap item pertanyaan mampu mengukur variabel atau konstruk yang diteliti secara akurat. Untuk mengetaui apakah pernyataan itu valid atau tidak dapat dilihat dari nilai r hitung lebih besar > dari r tabel atau p-value (Sig) < 0,05, maka item pernyataan dalam instrument dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil Keseluruhan Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,827	0,2006	0,05	Valid
	X1.2	0,85	0,2006	0,05	Valid
	X1.3	0,831	0,2006	0,05	Valid
	X1.4	0,758	0,2006	0,05	Valid
	X1.5	0,818	0,2006	0,05	Valid
	X1.6	0,82	0,2006	0,05	Valid
	X1.7	0,803	0,2006	0,05	Valid
	X1.8	0,833	0,2006	0,05	Valid
	X1.9	0,84	0,2006	0,05	Valid
	X1.10	0,865	0,2006	0,05	Valid
Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Sig.	Keterangan
Harga (X2)	X2.1	0,872	0,2006	0,05	Valid
	X2.2	0,857	0,2006	0,05	Valid
	X2.3	0,875	0,2006	0,05	Valid
	X2.4	0,852	0,2006	0,05	Valid
Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Sig.	Keterangan
	Y1	0,869	0,2006	0,05	Valid

Kepuasan pelanggan (Y)	Y2	0,843	0,2006	0,05	Valid
	Y3	0,846	0,2006	0,05	Valid
	Y4	0,882	0,2006	0,05	Valid
	Y5	0,877	0,2006	0,05	Valid
	Y6	0,87	0,2006	0,05	Valid

Sumber: data primer diolah (2026)

Dari tabel 4 menunjukan ahwa pernyataan dari variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan kepuasan pelanggan (Y) dinyatakan valid. Suatu peryataan dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,2006 dengan nilai signifikansi 0,05.

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk memahami sejauh mana hasil pengukuran kuesioner menunjukkan kestabilan atau konsistensi dari waktu ke waktu. Uji ini juga memiliki kriteria untuk dinyatakan reliabel yaitu nilai Cronbach's Alpha ≥ 0,70, maka instrumen penelitian dinyatakan memenuhi syarat reliabilitas.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Taraf Signifikansi	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,947	0,7	Reliabel
Harga	0,886	0,7	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,932	0,7	Reliabel

Sumber: data primer diolah (2026)

Berdasarkan tabel 5 diatas, seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan variabel. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) menunjukan nilai Cronbach’s Alpha sebesar, 0,947, Harga (X2) sebesar 0,886, Kepuasan Pelanggan sebesar 0,932 (Y). Angka tersebut masih jauh melampui batas minimum 0,70

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 7 Tahun 2026

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

			Unstadarized Residual
N			96
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.37202621
Most Extreme Differences	Absolute		.076
	Positive		.041
	Negative		-.076
Test Statistic			.076
Asymp. Sig. (2- tailed)[C]			. 200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.185
	99%Confidence Interval	Lower Bound	.175
		Upper Bound	.195

a. Test Distribution is Normal

b. Calculated form data.

c. Lilliefors Significance Correction

d. This is a lower bound of the true significance

Sumber: data primer diolah (2026)

Beradasarkan Hasil uji Kolmogrov-Smirnov pada tabel IV. 11 di atas, pengujian normalitas dilakukan terhadap 96 data penelitian. Hasil menunjukan nilai Test Statistic sebesar 0,076 dengan nilai Asymp. Sig.(2-tailed) sebesar 0,200. Nilai signifikansi lebih besar dari nilai batas minimum yang ditetapkan sebesar 0,05, menunjukan bahwa data dalam penelitian ini menyebar secara normal (Aditiya et al., 2023)

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	0,730	1,396	Tidak terjadi multikolineartitas

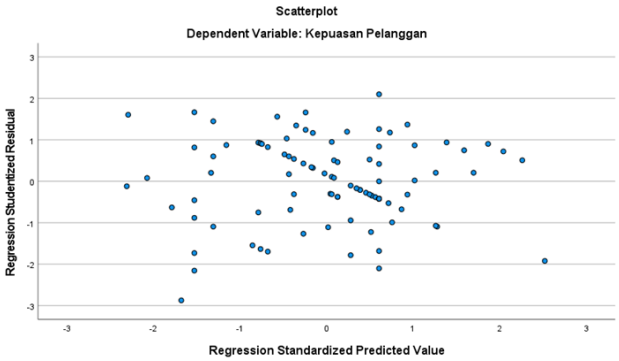
MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 7 Tahun 2026

2.	Harga	0,730	1,396	Tidak terjadi multikolineartitas

Sumber: data primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji multikolinaeritas pada tabel 7 di atas, kedua variabel bebas menunjukan nilai sebesar 0,730 dan nilai VIF sebesar 1,396. Nilai Tolerance tersebut jauh melampaui batas minimum 0,1 dan nilai VIF jauh di bawah batas maksimum 10. Maka dapat dinyatakan bahwa pada model regresi linear berganda tidak terdapat multikolinearitas

3) Uji Heterokedasititas



Gambar 2. Hasil Uji Heterokedasititas

Sumber: data primer diolah (2026)

Berdasarkan grafik scatterplot di atas, titik-titik data menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedasititas pada model regresi.

4) Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel dalam penelitian ini bersifat linear. Suatu hubungan dinyatakan linear apabila nilai Sig. Deviation form Linearity lebih dari 0,05. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 27, diperoleh nilai deviation form linearity sebesar 0,720 untuk hubungan antara kualitas pelayanan(X1) dengan Kepuasan Pelanggan (Y), serta sebesar 0,265 untuk hubungan antara harga (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y). Kedua nilai tersebut melampui taraf signifikansi 0,05, sehinggan hubungan antara masing-masing variabel bebas dengan variabel trikat dinyatakan bersifat linear.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 7 Tahun 2026

Tabel 8. Hasil Uji Linearitas

No	Variabel	*Sig. Deviation form Linearity*	Taraf Signifikansi	Kesimpulan
1.	Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan	0,720	0,05	Linier
2.	Harga dengan Kepuasan Pelanggan	0,265	0,05	Linier

Sumber: data primer diolah (2026)

Pengujian Hipotesis

1) Uji T (parsial)

Tabel 9. Hasl uji T

Coefficients[a]					
Model	Unstadardized Coefficients	Standardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std.Eror	Beta		
(Constant)	5.298	1.966		2.696	.008
Kualitas Pelayanan	.252	.054	.406	4.674	<,001
Harga	.601	.133	.394	4.529	<,001
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					

Sumber: data primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji t, variabel Kualitas Pelayanan (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar 4,674 dengan nilai t tabel sebesar 1,985, yang diperoleh dari derajat kebebasan df= 96 – 2 – 1 = 93 pada taraf signifikansi 0,05. Karena nilai t hitung 4,674 lebih besar dari t tabel 1,985 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima.

Variabel Harga (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 4,529 dengan nilai t tabel sebesar 1,985 yang dierpoleh dari derajat kebebasan df = 96 – 2 – 1 = 93 pada taraf signifikansi 0,05.

Karena nilai t hitung 4,529 lebih besar dari t tabel 1,985 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima.

2) Uji F (simultan)

Tabel 10. Hasil Uji F

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	506.440	2	253.220	44.507	<,001[b]
Residual	534.518	93	5.748		
Total	1.040.958	95			
a. DependentVariable: Kepuasan Pelanggan					
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan					

Sumber: data primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 44,507 dengan nilai F tabel sebesar 3,09, yang di peroleh dari df2 = 96 – 3 = 93 pada taraf signifikansi 0,05. Karena nilai F hitung 44,507 jauh melampui F tabel 3,09 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Indomaret Graha Prima Tambun(Indartini & Mutmainah, 2024).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.error of the Estimate
1	.698[a]	.487	.475	2.397
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan				

Sumber: data primer diolah (2026)

Berdasarkan tabel 11 nilai R Square (R2) yang diperoleh 0,487, mengindikasikan bahwa Kualitas Pelayanan(X1) dan Harga (X2) secara Bersama-sama mampu menjelaskan variabel Kepuasan pelanggan (Y) sebesar 48,7%. Meskipun kontribsui kedua variabel tersebut cukup berarti, Sebagian besar yaitu 51,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini,

hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan fenomena yang kompleks dan tidak hanya ditentukan oleh kualitas pelayanan dan harga saja.

Analisis Linear Berganda

Tabel 12. Hasil Analisis Linear Berganda

Coefficients[a]					
Model	Unstadardized Coefficients	Standardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std.Eror	Beta		
(Constant)	5.298	1.966		2.696	.008
Kualitas Pelayanan	.252	.054	.406	4.674	<,001
Harga	.601	.133	.394	4.529	<,001
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					

Sumber: data primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linear berganda yang ditunjukan pada tabel 12, maka dapat diketahui pada persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Y = 5.298 + 0,252X1 + 0,601X2

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai konstanta (α) sebesar 5,298 mengindikasikan bahwa apabila Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) bernilai 0, maka Kepuasan Pelanggan (Y) tetap berada pada nilai 5,298. Hal ini menunjukan bahwa terdapat faktor lain di luar variabel bebas tersebut yang ikut berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan (Machali, 2021).

Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,252 bertanda positif, menunjukan bahwa setiap peningkatan satuan pada variabel Kualitas Pelayanan akan diikuti oleh peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,252 dengan asumsi variabel lainnya tetap. Arah hubungan yang positif menunjukan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan semakin tinggi juga tingkat kepuasan pelanggan.

Koefisien Regresi Harga (X2) sebesar 0,601 bertanda positif, menunjukan bahwa setiap peningkatan satuan pada variabel Harga akan diikuti oleh peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,601 dengan asumsi variabel lainnya tetap. Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin baik harga yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 7 Tahun 2026

Pembahasan Hasil Penelitian

1) **Pengaruh Variabel X1 terhadap Y**

   Berdasarkan hasil uji T (parsial), diperoleh nilai T hitung sebesar 4,674 dengan signifikansi 0,001 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara parsial, sehingga H1 diterima. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,252 maka menyatakan bahwa adanya pengaruh antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Indomaret Graha Prima Tambun. Hal ini sesuai dengan penelitian (Widyantara & Cipta, 2025) yang menyebutkan bahwa pentingnya kualitas pelayanan untuk memastikan kepuasan pelanggan yang maksimal

2) **Pengaruh Variabel X2 terhadap Y**

   Berdasarkan hasil uji T (parsial), diperoleh nilai T hitung sebesar 4,529 dengan signifikansi 0,001 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara parsial, sehingga H2 diterima. Koefisien regresi variabel Harga sebesar 0, 601 maka menyatakan bahwa adanya pengaruh antara Harga dengan Kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Harga adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Indomaret Graha Prima Tambun. Hal ini sesuai dengan penelitian (Izzah & Junaedi, 2025) yang menyatakan bahwa pelanggan akan merasa puas apabila harga yang mereka bayarkan dinilai sesuai dengan manfaat dan kualitas produk yang diperoleh.

3) **Pengaruh Variabel X1 dan X2 terhadap Y**

   Berdasarkan hasil uji F (simultan) pada Tabel IV.15, diperoleh nilai F hitung sebesar 44,507 > F tabel (3,09) dengan signifikansi 0,001 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), sehingga H3 diterima. Nilai R Square sebesar 0,487 mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan mampu menjelaskan 48,7% variasi Kepuasan Pelanggan (Y), sedangkan sisanya 51,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

   Dengan demikian, apabila semua variabel semakin membaik makan akan semakin membaik juga kepuasan pelanggan pada Indomaret Graha Prima Tambun. Hal ini sesuai dengan penelitian (Nurjamad & Kristianti, 2025) yang menyatakan bahwa secara simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memberikan

pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa kedua variabel tersebut saling mendukung satu sama lain dalam membentuk pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi pelanggan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menjelaskan analisis tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Graha Prima Tambun". Berdasarkan rumusan masalah, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menunjukan hasil sebagai berikut:

1) Secara parsial Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret Graha Prima Tambun.
2) Secara parsial Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret Graha Prima Tambun.
3) Secara Simultan Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret Graha Prima Tambun.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti memberikan beberapa saran antara lain:

1) Indomaret Graha Prima Tambun sebaiknya lebih memperhatikan standar penampilan karyawan dengan menerapkan aturan berpakaian yang rapi dan seragam yang bersih, sekaligus mengingatkan karyawan agar selalu menjaga penampilan yang baik dan rapi dalam melayani pelanggan, sehingga diharapkan pelanggan dapat memberikan penilaian yang lebih positif.
2) Karyawan Indomaret Graha Prima Tambun sebaiknya lebih meningkatkan kemampuan dalam mendengarkan keluhan pelanggan serta memberikan solusi yang tepat dan cepat, sehingga pelanggan tidak merasa diabaikan. Dengan sikap yang tanggap terhadap setiap keluhan yang disampaikan, diharapkan pelanggan dapat memberikan penilaian yang lebih baik.
3) Sebaiknya pihak Indomaret lebih aktif menginformasikan promo dan diskon yang sedang berlaku kepada pelanggan, sehingga semua kalangan dapat merasakan kemudahan berbelanja di Indomaret dengan harga yang lebih terjangkau dan tidak merasa keberatan dengan harga yang terlalu tinggi.

4) Indomaret Graha Prima Tambun sebaiknya bisa menampilkan keunggulan harga melalui banner yang dipajang di area toko dan mudah dilihat oleh pelanggan, sehingga pelanggan dapat langsung membandingkan dan menilai bahwa harga yang ditawarkan lebih kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). *Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda*. *2*(2), 102–110.

Bharmawan, A. S., & Hanif, N. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa* (A. S. Bharmawan (ed.)). SCOPINDO MEDIA PUSTAKA.

Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis DATA KUANTITATIF Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda* (H. Warnaningtyas (ed.)). Penerbit Lakeisha.

Machali, I. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif* (A. Q. Habib (ed.)). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Nizwar, Tousalwa, C. C., & Waelauruw, A. T. (2024). *VOL 3 , NO . 1 , MARET 2024 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa*. *3*(1), 147–158.

Pranata, M. A., & Wibowo, Y. (2023). *Jurnal ilmiah global education*. *4*(2), 972–979.

Putri, J. A., Aisah, S., Fitriyasari, A., & Manajemen, P. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Rafa Farma Surabaya*. *2*(5).

Saputro, W. W. (2024). *KEPUASAN PELANGGAN Berdasarkan Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.

Syamsyah, F. (2021). *Analisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen*. *2*, 1–13.

Widyantara, P. S., & Cipta, W. (2025). *PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA CUCI MOTOR DI AR GARAGE SINGARAJA*. *7*(1), 72–81.