

## Harga, Kualitas Produk dan Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

Niken Vera Kusumawati<sup>1</sup>, Indra Hastuti<sup>2</sup>, Agus Suyatno<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universitas Duta Bangsa Surakarta, E-mail: [202030251@mhs.udb.ac.id](mailto:202030251@mhs.udb.ac.id)

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><b>Article History</b></p> <p>Received:</p> <p>Revised:</p> <p>Published:</p> <p><b>Keywords</b> Price, Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction and SPSS 25</p>	<p><i>This research aims to find out how consumer satisfaction at Alfamart in the Surakarta City area is influenced by price, product quality and service quality. The focus of this research is consumers who have purchased goods at the Alfamart store in the Surakarta City area. This research uses price, product quality, service quality, and consumer satisfaction as variables. This research used 97 respondents as samples, and collected data through questionnaires. The data was processed using the SPSS version 25 program. The research results showed that price partially had a positive and significant effect on consumer satisfaction, product quality partially had a positive and significant effect on consumer satisfaction, and service quality partially had a positive and significant effect on consumer satisfaction.</i></p>

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<p><b>Riwayat Artikel</b></p> <p>Diterima:</p> <p>Direvisi</p> <p>Dipublikasikan:</p> <p><b>Kata Kunci</b> Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan SPSS 25</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menentukan bagaimana kepuasan konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Fokus dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli barang di toko Alfamart Wilayah Kota Surakarta. Penelitian ini memanfaatkan harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen sebagai variabel. Penelitian ini menggunakan 97 responden sebagai sampel, dan mengumpulkan data melalui kuesioner. Data diproses menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.</p>

### A. Pendahuluan

Salah satu kunci keberhasilan bisnis adalah kepuasan konsumen. Banyak ahli telah membahas bagaimana berbagai faktor seperti harga, kualitas produk, dan layanan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah harga. Jika harga produk sebanding dengan nilai yang diterima konsumen, maka konsumen akan lebih puas. Ketika konsumen merasa bahwa harga yang mereka bayarkan sebanding dengan manfaat yang mereka terima, mereka akan merasa puas. (Kotler dan Keller, 2016).

Kualitas produk mencakup berbagai aspek, termasuk produk, jenis dan rentang fitur, keandalan daya tahan, karakteristik sensorik, profil etis, dan citra. Produk berkualitas tinggi cenderung memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi konsumen, yang pada akhirnya menyebabkan kepuasan konsumen meningkat (Nasir, 2021).

Kualitas pelayanan memiliki empat dimensi utama : keandalan, ketanggapan, empati, dan bukti fisik. Pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, yang meningkatkan kepuasan konsumen. Jika konsumen merasa bahwa konsumen dilayani dengan baik, konsumen lebih merasa puas dan loyal terhadap perusahaan (Berry et al., 1985).

Kepuasan konsumen secara keseluruhan adalah hasil dari interaksi kompleks antara harga, kualitas produk, dan pelayanan. Ketiga faktor ini saling berkaitan dan bersama-sama membentuk persepsi konsumen tentang nilai yang konsumen terima dari produk atau layanan.

Penelitian ini menggunakan studi kasus pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk, sebuah jaringan supermarket yang tersebar luas di seluruh Indonesia. Berbagai jenis makanan dan

minuman, serta kebutuhan pokok lainnya, biasanya dijual di toko-toko ini. Memenuhi kebutuhan harian konsumen. PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk menyediakan lebih dari 200 jenis bahan makanan dan kebutuhan pokok dengan harga yang kompetitif (PT. Sumber Alfaria Jaya Tbk, 2021).

Perusahaan dapat memuaskan konsumen dengan mempertimbangkan nilai yang mereka terima sebagai imbalan atas harga yang mereka bayar. Penetapan harga adalah bagian penting dari bisnis yang dapat meningkatkan keuntungan dan menarik pelanggan baru. Setiap bisnis berusaha memberikan harga yang terjangkau kepada pelanggannya untuk membedakannya dari pesaing (Anggrani & Budiarti, 2020).

Alfamart selalu memastikan bahwa produk yang dijual bersih, tidak kadaluarsa, dan dalam kondisi fisik yang baik. Standar kualitas produk yang dijual Alfamart harus memenuhi persyaratan RH (*Return Date*). Produk yang sudah memasuki periode RH (*Return Date*) tidak lagi ditampilkan di lantai penjualan Alfamart. Ini menunjukkan bahwa Alfamart menganggap kualitas produk sangat penting agar pelanggan dapat terus berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Produk yang dibeli dan dibutuhkan memiliki standar dan kualitas yang baik, sehingga pelanggan akan puas dan akan kembali membeli. (Imron, 2019).

Kualitas layanan yang diberikan merupakan salah satu aspek terpenting yang berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan. Memberikan layanan berkualitas tinggi meningkatkan nilai perusahaan dan memberikan kesan pertama yang baik kepada konsumen terhadap perusahaan (Sukarsih dan Suputra, 2021).

Pada penelitian sebelumnya oleh Sianipar (2019) menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan adalah variabel independen atau variabel bebas, sementara penulis menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan adalah variabel independen atau variabel bebas.

Rumusan masalah yang ditemukan dalam penelitian ini adalah Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta? Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta? Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta? Apakah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta?.

## B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan eksperimen dan survei karena menggunakan data numerik (angka) dan dianalisis menggunakan statistika (Sugiyono, 2013). Objek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli barang di Alfamart dan di tempat lain. Penelitian ini berfokus pada analisis data numerik ini dengan menggunakan metode statistik SPSS versi 25.

Penelitian ini menggunakan Teknik pengambilan sampel Accidental Random Sampling. Dimana pengambilan sampel dilakukan dengan acak dan responden pernah melakukan pembelian produk di Alfamart dan beralamat di Wilayah Kota Surakarta. Perhitungan sampel dengan pendekatan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dalam total populasi yang tidak diketahui secara pasti. Dalam perhitungan jumlah populasi menggunakan rumus Lemeshow adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha/2P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

$Z^2 1 - \alpha/2$  : Z Skor pada  $1 - \alpha/2$  tingkat kepercayaan 95% = 1,96

P : Maksimal estimasi (0,5)

D : Tingkat kesalahan (10%)

Berdasarkan rumus di atas, jumlah sampel dapat diperhitungkan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 97$$

Dari perhitungan di atas, jumlah sampel yang dikumpulkan untuk penelitian ini dibulatkan menjadi 97 responden.

Metode penelitian ini adalah menyebarkan kuesioner kepada konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta selama satu bulan. Alat pengumpulan data yang disebut kuesioner terdiri dari serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diminta untuk dijawab oleh peserta (Sugiyono, 2017). Skala Likert digunakan untuk mengelola data kuesioner dan mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu terhadap fenomena sosial. Skor yang diberikan untuk setiap item pertanyaan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1 Skala Likert**

No.	Tanggapan	Kode	Skor
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Netral	N	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber Data : (Sugiyono, 2019)

Studi ini menganalisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas), regresi linear berganda, dan uji koefisien determinasi.

### C. Hasil dan Pembahasan

#### 1. Hasil Penelitian

Sebuah kuesioner dinilai melalui uji validitas (Ghozali, 2019). Jika nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel, kuesioner dinyatakan valid. Tabel moment produk r digunakan untuk mendapatkan nilai r tabel, dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  dan jumlah sampel  $(n) = 97$ . Dengan demikian,  $df = n - 2 = 95$ , dan nilai r tabel adalah 0,1966. Hasil uji validitas ditunjukkan sebagai berikut:

Pernyataan dalam kuesioner dianggap valid jika r hitung lebih besar dari r tabel (0,1966), dan jika r hitung lebih rendah dari r tabel (0,1966), maka pernyataan tersebut tidak valid.

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel (df=97-2=95)	Keterangan
Harga (X1)	H1	0,739	0,1996	Valid
	H2	0,718	0,1996	Valid
	H3	0,695	0,1996	Valid

	H4	0,660	0,1996	Valid
Kualitas Produk (X2)	KP1	0,658	0,1996	Valid
	KP2	0,621	0,1996	Valid
	KP3	0,657	0,1996	Valid
	KP4	0,637	0,1996	Valid
	KP5	0,724	0,1996	Valid
Kualitas pelayanan (X3)	KL1	0,569	0,1996	Valid
	KL2	0,724	0,1996	Valid
	KL3	0,765	0,1996	Valid
	KL4	0,704	0,1996	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	KK1	0,723	0,1996	Valid
	KK2	0,818	0,1996	Valid
	KK3	0,790	0,1996	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2024

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi konsistensi sebuah kuesioner, yang berfungsi sebagai pengukur konstruk atau variabel tertentu. Jika jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, kuesioner dinyatakan reliabel. Sebuah variabel dianggap reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2020).

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

Reliabilitas		
Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Harga	0,659	Reliabel
Kualitas Produk	0,671	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,638	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,674	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27, 2024

Hasil dari data diatas bahwa setiap item yang diukur dalam kuesioner memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60, dapat disimpulkan bahwa konsep yang mengukur masing-masing variabel di kuesioner tersebut dianggap dapat diandalkan. Oleh karena itu, item yang diukur untuk masing-masing variabel dapat dianggap layak.

Uji Normalitas data digunakan untuk menentukan apakah data yang dikumpulkan memiliki distribusi normal dan berasal dari populasi dengan distribusi normal. Uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah salah satu metode yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual (Gunawan, 2020).

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	97

Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.69434590
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.081
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2024

Hasil pengujian normalitas, yang ditunjukkan dalam Tabel 4.10 di atas, menunjukkan bahwa data untuk pengujian variabel Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen berdistribusi normal, dengan nilai *Asymp. Sig.* 0,072, yang berarti nilai *Asymp. Sig.* 0,072 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas dilakukan dalam model regresi untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel. Jika nilai toleransi lebih dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10, maka variabel dalam model regresi tidak memiliki multikolinearitas. Dengan kata lain, data tidak menunjukkan tanda-tanda multikolinearitas (Gunawan, 2020).

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	-.410	.587		-.699	.486		
	Harga	.313	.046	.418	6.873	.000	.438	2.284
	Kualitas Produk	.226	.056	.337	4.059	.000	.235	4.257
	Kualitas Pelayanan	.200	.061	.253	3.292	.001	.274	3.649
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen								

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2024

Tidak ada Multikolinearitas jika nilai Tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10,00, seperti yang ditunjukkan dalam tabel di atas.

Varian residual yang tidak sama pada setiap pengamatan dalam model regresi dikenal sebagai uji heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas seharusnya tidak mengalami regresi yang positif. Penelitian ini menggunakan Uji Glejser meskipun ada beberapa metode untuk mengetahui apakah ada heteroskedastisitas dalam model regresi (Rochmat, 2017).

**Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.544	.322		1.689	.095
	Harga	-.009	.025	-.054	-.350	.727
	Kualitas Produk	.060	.031	.407	1.947	.055
	Kualitas Pelayanan	-.064	.033	-.371	-1.918	.058

a. Dependent Variable: ABS RES

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel di atas, hasil pengujian heteroskedastisitas dengan Uji Glejser menunjukkan bahwa nilai signifikan (sig.) untuk variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga masing-masing adalah 0,727, 0,055, dan 0,058. Nilai-nilai ini semua lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Tujuan dari analisis regresi linear berganda adalah untuk menentukan hubungan antara variabel terikat, kepuasan konsumen (Y), dan variabel bebas, harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3). Hasil pemeriksaan adalah sebagai berikut:

**Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.410	.587		-.699	.486
	Harga	.313	.046	.418	6.873	.000
	Kualitas Produk	.226	.056	.337	4.059	.000
	Kualitas Pelayanan	.200	.061	.253	3.292	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas menunjukkan koefisien  $\beta$  merupakan bentuk sebuah persamaan regresi yang dapat dihasilkan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$Y = -0,410 + 0,313 X_1 + 0,226 X_2 + 0,200 X_3$$

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variasi variabel dependen dan untuk mengetahui apakah variabel Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Konsumen

(Ghozali, 2021). Jika nilai Sig. lebih dari 0,05, itu menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yang berarti H0 diterima dan H1 ditolak. Sebaliknya, jika nilai Sig. kurang dari 0,05, itu menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yang berarti H1 diterima dan H1 ditolak.

**Tabel 8. Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.410	.587		-.699	.486
	Harga	.313	.046	.418	6.873	.000
	Kualitas Produk	.226	.056	.337	4.059	.000
	Kualitas Pelayanan	.200	.061	.253	3.292	.001
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2024

Hasil analisis uji t adalah sebagai berikut :

- a. Uji Hipotesis Pertama (H1) menunjukkan bahwa nilai sig. untuk pengaruh variabel harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 0,000 hingga 0,05, yang menunjukkan bahwa H1 diterima, menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
- b. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)  
 Nilai sig. untuk pengaruh variabel kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah  $0,000 < 0,05$ , yang menunjukkan bahwa H2 diterima, yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
- c. Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)  
 nilai sig. sebesar 0,001 hingga 0,05 untuk pengaruh parsial Variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen.  
 Uji f digunakan untuk menentukan apakah variabel Harga (X1), Kualitas produk (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) mempengaruhi variabel Kepuasan konsumen (Y) secara bersamaan. Hasil uji f ditunjukkan dalam tabel berikut:

**Tabel 9. Uji Simultan (Uji f)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	261.593	3	87.198	175.212	.000 <sup>b</sup>
	Residual	46.283	93	.498		
	Total	307.876	96			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk						

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2024

Pengujian Hipotesis Keempat (H4) memiliki nilai signifikan sebesar 0,000, yang berarti bahwa ada pengaruh signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H4 diterima, yang menunjukkan bahwa harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa baik model, atau variabel independen, menjelaskan variasi variabel *dependen*. Nilai persegi R dapat digunakan untuk menghitung koefisien determinasi, nilainya berkisar antara 0-1 dan nilai R2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel *dependen* sangat terbatas. nilai R2 yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel *dependen*. Koefisien determinasi disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.922 <sup>a</sup>	.850	.845	.705
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh adalah 0,845. Ini menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan memengaruhi 84,5% kepuasan konsumen. Variabel-variabel tambahan yang tidak diteliti dalam penelitian ini memengaruhi 15,5% kepuasan konsumen.

## 2. Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab masalah yang telah diajukan sebelumnya. Selanjutnya, kita akan membahas apakah hipotesis penelitian diterima dengan



fakta atau ditolak dengan penjelasan. Secara keseluruhan, evaluasi berdampak pada kepuasan konsumen diuraikan sebagai berikut:

**a. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta**

Hasil dari Pengujian Hipotesis 1 menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta. Hasil analisis data menggunakan SPSS 25 menunjukkan bahwa harga (X1) memiliki nilai sig. sebesar 0,000 kurang dari 0,05 terhadap kepuasan konsumen (Y). Studi ini membuktikan hipotesis bahwa harga memengaruhi kepuasan konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta secara positif dan signifikan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Haryoko et al., 2020) menemukan bahwa harga berdampak positif dan signifikan pada kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga memainkan peran yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen (Haryoko et al., 2020).

**b. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta.**

Hasil Uji Hipotesis 2 menunjukkan bahwa kualitas produk berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta. Hasil analisis data dengan SPSS 25 menunjukkan hal ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen (Y) berkorelasi positif dengan kualitas produk (X1). Penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta, dengan nilai Sig. sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Studi sebelumnya (Afnina dan Hastuti, 2018) menunjukkan bahwa kualitas produk memengaruhi kepuasan konsumen secara positif dan signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memainkan peran penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta.

**c. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta.**

Hasil pengujian Hipotesis 3 menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta. Selain itu, hasil analisis data dengan SPSS 25 menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) bernilai positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta, dengan nilai Sig. sebesar 0,001 kurang dari 0,05. Studi sebelumnya (Tampanguma et al., 2022) menemukan bahwa kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan pada kepuasan konsumen.

**d. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta.**

Hasil uji Hipotesis 4 menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan berdampak positif dan signifikan secara bersamaan (simultan) terhadap Kepuasan Konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta. Hal ini ditunjukkan oleh hasil analisis data dengan SPSS 25 yang menunjukkan Nilai Sig. sebesar 0,000 kurang dari 0,05 artinya penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama (Simultan) positif

dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Triongko et al., 2022), penelitian ini menemukan bahwa Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama (Simultan) positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan memiliki peran penting dalam mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta. Oleh karena itu, adanya peningkatan yang signifikan ini akan memberikan beragam produk berkualitas tinggi, harga lebih murah dibandingkan dengan toko lain di sekitar, dan toko yang bersih dan nyaman untuk berbelanja akan meningkatkan Kepuasan Konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta.

#### D. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang berjudul Harga, Kualitas, dan Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta di atas, dapat disimpulkan bahwa Harga, Kualitas, dan Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta. Selain itu, Harga, Kualitas, dan Pelayanan memiliki peran penting dalam mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Alfamart Wilayah Kota Surakarta. Karena, ketiga komponen ini saling terkait dan membentuk pengalaman konsumen yang lebih besar. Harga yang sesuai dengan nilai yang dirasakan, produk berkualitas tinggi, dan pelayanan yang memuaskan akan membuat konsumen lebih puas. Sebaliknya, jika salah satu elemen ini tidak memenuhi harapan konsumen, seperti harga yang terlalu tinggi, produk yang tidak sesuai standar, atau pelayanan yang buruk, konsumen dapat menjadi tidak puas dan kehilangan loyalitas konsumen.

#### E. Referensi

- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. Jurnal Pendidikan Ekonomi(JUPE)*,8(3),86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. Jurnal Pendidikan Ekonomi(JUPE)*,8(3),86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>.
- Berry, et al. (1985). Conceptual Model of Service Quality and its implication for future research. *Jurnal Marketing*, Vol 49. 41-50.
- Nasir. A. (2021). *Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0 Studi Kelayakan Bisnis*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Ghozali, I. (2019). *Desain Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan. (2020). *Mahir Menguasai SPSS . Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian. Sleman*. Deepublish CV. Budi Utama.
- Haryoko et al. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. e-ISSN : 2656-775X.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Harlow : Pearson

- Education Limited  
PT. Sumber Alfaria Jaya Tbk. (2021). PT. Sumber Alfaria Jaya Tbk. <https://www.idnfinancials.com/id/amrt/pt-sumber-alfaria-trijayatbk>.
- Rochmat, A. P. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo : CV. Wade Group.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. In Data Kualitatif. Alfabeta.
- Sukarsih, N.K.O & Suputra, G.A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Habitat Ubud*. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, Vol.1, No.3, Hal. 861-872. <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/1406841>.
- Tampanguma et al. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado*. *Productivity*, Vol. 3 No. 1, e-ISSN. 2723-0112.
- Triongko et al. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Aki Incoe PT Meka Adipratam di Kota Semarang)*. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.