

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA STORE GOTO LIVING PORIS DI KOTA TANGGERANG

Hilda Indah Azahari

Universitas Bina Sarana Informatika

Email: hildaindaah@gmail.com

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada Store GoTo Living Poris Kota Tangerang. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 250 responden yang merupakan pelanggan Store GoTo Living Poris Kota Tangerang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Store GoTo Living Poris Kota Tangerang. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan serta semakin sesuai harga yang ditawarkan dengan manfaat yang diterima pelanggan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan, Ritel, GoTo Living.

Abstract – This study aims to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction at GoTo Living Store Poris, Tangerang City. The independent variables in this study are service quality (X1) and price (X2), while the dependent variable is customer satisfaction (Y). The research employed a quantitative method with an associative approach. The sampling technique used was purposive sampling, involving 100 respondents who were customers of GoTo Living Store Poris, Tangerang City. Data were collected through questionnaires distributed using a Likert scale. Data analysis was conducted using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial tests (t-test), simultaneous tests (F-test), and the coefficient of determination (R^2) with the assistance of IBM SPSS Statistics 21. The results of the study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Price also has a positive and significant effect on customer satisfaction. Furthermore, service quality and price simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction at GoTo Living Store Poris, Tangerang City. Based on the findings, it can be concluded that the better the service quality provided and the more appropriate the price offered in relation to the benefits received by customers, the higher the level of customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Retail, GoTo Living.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri ritel di Indonesia semakin pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk rumah tangga dan gaya hidup. Persaingan yang semakin ketat, baik melalui gerai fisik maupun platform digital, menuntut perusahaan untuk mampu memberikan nilai tambah melalui kualitas pelayanan dan penetapan harga yang kompetitif. Dalam kondisi tersebut, kepuasan pelanggan menjadi faktor penting karena berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang dan loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2021), kepuasan pelanggan adalah perasaan yang timbul setelah membandingkan kinerja produk atau jasa dengan harapan pelanggan. Sementara itu, Tjiptono (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui pelayanan yang cepat, ramah, andal, serta responsif. Selain kualitas pelayanan, harga juga menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Kotler dan Armstrong (2021) menjelaskan bahwa harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menyeimbangkan kualitas pelayanan dengan harga yang sesuai agar pelanggan memperoleh nilai yang diharapkan.

Salah satu perusahaan yang berkembang di industri perlengkapan rumah tangga adalah Goto Living. Berdasarkan data Kalodata, Goto Living berhasil mencatat omzet sekitar Rp15,16 miliar di platform TikTok Shop sehingga menjadi salah satu toko dengan pendapatan tertinggi. Meskipun demikian, tingginya penjualan belum tentu mencerminkan tingginya kepuasan pelanggan, khususnya pada pelayanan di gerai fisik. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan dan harga tetap menjadi aspek penting yang harus diperhatikan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan observasi awal di Store Goto Living Poris Kota Tangerang, masih ditemukan beberapa kendala, seperti pelayanan yang kurang cepat, interaksi karyawan yang belum optimal, keterbatasan informasi produk, serta persepsi pelanggan bahwa beberapa harga produk masih kurang kompetitif dibandingkan toko sejenis. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan apabila tidak segera diperbaiki.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Beberapa penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa salah satu variabel tidak berpengaruh signifikan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya research gap yang perlu dikaji kembali pada objek penelitian yang berbeda.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada Store Goto Living Poris Kota Tangerang. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pemasaran serta menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, menetapkan strategi harga yang lebih kompetitif, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan, khususnya pada industri ritel. Di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pelayanan yang baik akan menciptakan pengalaman berbelanja yang positif, sehingga pelanggan merasa puas dan terdorong untuk melakukan pembelian ulang. Menurut Tjiptono (2023), kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan melalui proses pelayanan yang cepat, tepat, serta mampu

memberikan kepuasan. Pendapat tersebut diperkuat oleh Kotler dan Keller (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan keseluruhan karakteristik suatu pelayanan yang memengaruhi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi salah satu strategi utama perusahaan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, harga juga merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Harga tidak hanya berfungsi sebagai alat tukar, tetapi juga menjadi dasar bagi konsumen dalam menilai manfaat dan kualitas suatu produk atau jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa. Sementara itu, Tjiptono (2014) menjelaskan bahwa harga memiliki peran sebagai alat alokasi sumber daya bagi konsumen sekaligus sebagai sumber informasi mengenai kualitas produk. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menetapkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan. Penetapan harga yang tepat akan menciptakan persepsi nilai yang positif sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama yang ingin dicapai setiap perusahaan. Kepuasan pelanggan menjadi indikator keberhasilan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen sekaligus menjadi dasar terbentuknya loyalitas pelanggan. Menurut Kotler (2016), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah pelanggan membandingkan antara harapan dengan kinerja produk atau jasa yang diterima. Apabila kinerja perusahaan sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, apabila kinerja perusahaan berada di bawah harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa kecewa. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, serta memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga kualitas pelayanan dan menetapkan harga yang sesuai agar mampu menciptakan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Hubungan antara kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan telah banyak dibahas dalam berbagai penelitian. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan sehingga memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik. Di sisi lain, harga yang sesuai dengan manfaat produk akan menciptakan persepsi nilai yang positif. Kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima, tetapi juga mampu menetapkan harga yang sesuai dengan kondisi pasar dan daya beli konsumen.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Richard dan Susan Christiani (2025) membuktikan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Desiniat Zega dan Sugeng Widodo (2024) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil yang sama diperoleh Mikhael Kevin dan Nofrizal (2023), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada sektor jasa. Selain itu, penelitian Dede Solihin dan Kurniawan (2024), Tabitha Audia Oktaviani Liando dan Hesti Umiyati (2024), serta Moh. Aep Nurjamad dan Tri Wahyuni (2024) juga menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada berbagai jenis usaha.

Meskipun demikian, beberapa penelitian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dapat berbeda pada setiap objek

penelitian. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh karakteristik konsumen, jenis usaha, sistem pelayanan, serta kondisi persaingan yang dihadapi perusahaan. Hal ini menunjukkan masih adanya research gap mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan sehingga penelitian pada objek yang berbeda masih diperlukan untuk memperoleh bukti empiris yang lebih kuat.

Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Store Goto Living Poris Kota Tangerang. Penelitian ini dilakukan karena masih ditemukan beberapa kendala terkait pelayanan dan persepsi harga yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pemasaran, khususnya mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan, serta menjadi masukan bagi manajemen Store Goto Living Poris Kota Tangerang dalam meningkatkan kualitas pelayanan, menyusun strategi harga yang lebih kompetitif, dan memperkuat loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan asosiatif. Menurut Sugiyono (2022), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis melalui analisis data berupa angka dengan menggunakan teknik statistik. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan, sedangkan pendekatan asosiatif digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Store Goto Living Poris Kota Tangerang.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah melakukan pembelian di Store Goto Living Poris Kota Tangerang. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden meliputi pelanggan yang pernah melakukan pembelian di Store Goto Living Poris, berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Kota Tangerang, dan bersedia menjadi responden penelitian.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (error) sebesar 5%, diperoleh jumlah sampel sebanyak 250 responden. Rumus Slovin yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan (error)

Pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner, dan studi dokumentasi. Menurut Sugiyono (2022), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin, yaitu skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran secara langsung mengenai kualitas pelayanan di Store Goto Living Poris, sedangkan studi dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pendukung yang relevan dengan penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 21. Menurut Imam Ghozali (2021), analisis data diawali dengan uji kualitas instrumen yang meliputi uji

validitas dan uji reliabilitas, kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Seluruh pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai identitas responden yang menjadi sampel penelitian. Responden yang digunakan adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian di Store Goto Living Poris. Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan yaitu:

Tabel 1 Jenis Kelamin dan Usia

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Rentang Usia	Jumlah Responden
Laki – laki	92	<20	78
Perempuan	158	20-30	112
		31-40	43
		>40	17
Jumlah responden	250	Jumlah responden	250

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa responden perempuan berjumlah 158 orang atau sebesar, sedangkan responden laki-laki berjumlah 92 orang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan yang pernah melakukan pembelian di Store Goto Living Poris. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 21–24 tahun dengan jumlah 112 responden. Selanjutnya, responden usia 17–20 tahun berjumlah 78 responden, responden usia 25–30 tahun berjumlah 43 responden dan responden usia di atas 30 tahun berjumlah 17 responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Store Goto Living Poris berasal dari kalangan usia muda.

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan rutinitas

PEKERJAAN	Jumlah Responden	Seberapa sering berbelanja	Jumlah Responden
Ibu rumah tangga	28	1 kali	74
Pelajar/mahasiswa	118	2 kali	48
Karyawan	104	>3 kali	128
TOTAL	250	TOTAL	250

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa mayoritas responden merupakan pelajar/mahasiswa dengan jumlah 118 responden. Selanjutnya, responden yang bekerja sebagai karyawan swasta berjumlah 104 responden, ibu rumah tangga sebanyak 28 responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Store Goto Living Poris berasal dari kalangan pelajar/mahasiswa dan karyawan swasta. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa mayoritas responden melakukan pembelian sebanyak 1 kali dengan jumlah 74 responden. Selanjutnya, responden yang berbelanja sebanyak 2 kali berjumlah 48 responden, responden yang berbelanja sebanyak >3 kali berjumlah 128.

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Tabel 3 Hasil Uji Validitas (X1)

Item persyaratan	Nilai R hitung	Nilai R table	Keterangan
X1.1	0,731	0,124	Valid
X1.2	0,593	0,124	Valid
X1.3	0,699	0,124	Valid

X1.4	0,618	0,124	Valid
X1.5	0,675	0,124	Valid
X1.6	0,588	0,124	Valid
X1.7	0,525	0,124	Valid
X1.8	0,630	0,124	Valid
X1.9	0,605	0,124	Valid
X1.10	0,721	0,124	Valid

Berdasarkan tabel 3 di atas bahwa seluruh item variabel Kualitas pelayanan bersifat valid perhitungan ini menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic Version 21

Tabel 4 Hasil Uji Validitas (X2)

Item persyaratan	Nilai R hitung	Nilai R tabel	keterangan
X2.1	0,668	0,124	Valid
X2.2	0,436	0,124	Valid
X2.3	0,607	0,124	Valid
X2.4	0,682	0,124	Valid
X2.5	0,581	0,124	Valid
X2.6	0,682	0,124	Valid
X2.7	0,581	0,124	Valid

Sumber: Output SPSS versi 21, 2026

Berdasarkan tabel 4 di atas bahwa seluruh item variabel harga bersifat valid perhitungan ini menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic Version 21.

Tabel 5 Hasil Uji Validitas (Y)

Item persyaratan	Nilai R hitung	Nilai R table	Keterangan
Y1.1	0,695	0,124	Valid
Y1.2	0,610	0,124	Valid
Y1.3	0,700	0,124	Valid
Y1.4	0,623	0,124	Valid
Y1.5	0,679	0,124	Valid
Y1.6	0,546	0,124	Valid

Sumber: Output SPSS versi 21, 2026

Berdasarkan tabel 5 di atas bahwa seluruh item variabel kepuasan pelanggan bersifat valid perhitungan ini menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic Version 21.

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas, dapat diketahui bahwa R Hitung dari semua item pernyataan lebih besar dari R tabel, maka semua item dapat digunakan dalam penelitian ini dinyatakan VALID sehingga dapat di gunakan sebagai instrumen dari penelitian.

Tabel 6 Uji Reliabilitas

variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien Cronbach's Alpha	keterangan
X1	0,894	0,60	Reliabel
X2	0,848	0,60	Reliabel
Y	0,853	0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS versi 21, 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha untuk variabel X1 sebesar 0,894, diperoleh nilai Cronbach's Alpha untuk variabel X2 sebesar 0,848, diperoleh nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Y sebesar 0,853. Nilai tersebut lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik Pada analisis statistik dengan menggunakan uji regresi berganda maka model regresi harus memenuhi beberapa uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas. Pengujian pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik memiliki tujuan untuk menguji kelayakan

atas model regresi yang akan digunakan serta memastikan data yang dihasilkan berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Data yang berdistribusi secara normal jika nilai probabilitas melebihi angka 0,05 atau berdasar nilai Jarque-Bera yang lebih kecil dari nilai Chi Square maka dikata residual dikatakan normal. Pengujian normalitas data dapat menggunakan Kolmogorov-Smirnov yang ada pada program SPSS

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas untuk mengetahui atau menguji apakah model regresi ada atau terjadinya ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap berarti terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik jika terjadi heteroskedastisitas atau homokedastisitas. Kebanyakan data cross section mengandung heteroskedastisitas karena data yang mewakili berbagai ukuran. Untuk melakukan uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS versi 21.

4. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti terjadi korelasi linear yang mendekati sempurna antar dua variabel bebas. Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi variabel bebas, model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel bebas jika variabel independen sama dengan nol. Gejala multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat nilai toleran dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas maka model regresi tersebut dinyatakan mengandung multikolinea

5. Uji Parsial

Tabel 7 Hasil Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,125	,527		,237	,813
1 Kualitas pelayanan	,665	,017	1,039	38,102	,000
Harga	-,094	,023	-,110	-4,027	,000

Berdasarkan hasil output SPSS di atas, variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 38,102 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel ($38,102 > 1,969$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Store Goto Living Poris.

Sementara itu, variabel harga memperoleh nilai t hitung sebesar -4,027 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien beta yang bernilai negatif (-0,110) menunjukkan bahwa arah pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan bersifat negatif.

6. Uji Simultan (F-test)

Tabel 8 Uji Parsial Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2504,535	2	1252,267	1420,748	,000 ^b
Residual	217,709	247	,881		
Total	2722,244	249			

- Dependent Variable: Kepuasan pembelian
- Predictors: (Constant), Harga, Kualitas pelayanan

Sumber: Output SPSS versi 21, 2026

Berdasarkan hasil output ANOVA pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 1420,748 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai F tabel dalam penelitian ini diperoleh sebesar 3,03 dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan $df_1 = 2$ serta $df_2 = 247$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dibandingkan nilai F tabel ($1420,748 > 3,03$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

7. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	,125	,527		,237	,813			
	Kualitas pelayanan	,665	,017	1,039	38,102	,000	,956	,924	,686
	Harga	-,094	,023	-,110	-4,027	,000	,671	-,248	-,072

Output SPSS versi 21, 2026

Berdasarkan hasil pengujian, pengaruh parsial untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh dengan menghitung perkalian antara beta dengan zero order Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Tabel 10 Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,959 ^a	,920	,919	,93884	2,306

Output SPSS versi 21, 2026

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel Model Summary di atas, diperoleh nilai R sebesar 0,959. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang sangat kuat. Hal ini karena nilai korelasi mendekati angka 1.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Store Goto Living Poris Kota Tangerang. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik serta menetapkan harga yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji parsial, kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan, seperti keramahan, ketanggapan, dan kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Mikhael Kevin dan Nofrizal (2023), serta Dede Solihin dan Kurniawan (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan

berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan manfaat produk yang diterima. Temuan tersebut mendukung teori Kotler dan Armstrong (2021) yang menjelaskan bahwa harga merupakan sejumlah nilai yang dibayarkan konsumen untuk memperoleh manfaat suatu produk atau jasa. Penelitian ini juga sejalan dengan Mikhael Kevin dan Nofrizal (2023) serta Richard dan Susan Christiani (2025) yang menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel saling melengkapi dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas dan harga yang kompetitif akan meningkatkan pengalaman berbelanja sehingga mendorong kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian Dede Solihin dan Kurniawan (2024) serta Tabitha Audia Oktaviani Liando dan Hesti Umiyati (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada Store GoTo Living Poris Kota Tangerang. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan IBM SPSS Statistics 21, diperoleh kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, seperti kecepatan, keramahan, kemampuan karyawan dalam memberikan informasi, serta kenyamanan fasilitas, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Selain itu, harga juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga yang dianggap sesuai dengan kualitas produk, manfaat yang diterima, dan daya beli pelanggan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, apabila harga dinilai kurang sesuai dengan harapan pelanggan, maka kepuasan pelanggan cenderung menurun.

Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada Store GoTo Living Poris Kota Tangerang. Dengan demikian, kedua variabel tersebut merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan perusahaan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, Store GoTo Living Poris Kota Tangerang disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui peningkatan kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, kemampuan memberikan informasi produk, serta respons terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan. Selain itu, perusahaan perlu mempertahankan kebijakan harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas serta manfaat produk agar kepuasan pelanggan tetap terjaga.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas produk, promosi, citra merek, lokasi, atau suasana toko. Penelitian juga dapat dilakukan pada objek dan wilayah yang lebih luas sehingga hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik dan dapat memperkaya kajian di bidang manajemen pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Heryana, S.ST, M. K. (2020). Desain penelitian non eksperimental. DESAIN PENELITIAN NON EKSPERIMENTAL, 1–8.
- Damayanti, S., & Mulyani, I. (2025). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Donat Madu Cihanjuang Pandeglang. NIAGARA Scientific Journal, 17(1), 130–

147. <https://doi.org/10.55651/niagara.v17i1.267>
- Dan, J. M., Dan, O., Konvensional, O., & Kabupaten, D. I. (2024). Jurnal manajemen dan akuntansi. 12(1), 14–18.
- Gunarsih, C. M., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. 2(1), 69–72.
- Hartati, T., & Amir, H. (2020). PENGARUH PELATIHAN KERJA TERHADAP. 13(1), 13–20.
- Husen, A. (2023). STRATEGI PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING. 2, 1356–1362.
- Ilmu, J., & Manajemen, R. (2021). Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen e-ISSN: 2461-0593 1. 1–16.
- Khaldun, M. I. dan A. E. P. (2021). Pendahuluan. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Dan Harga Pada PO.Sindoro Satriamas Semarang.
- LAMIN. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Memakai Produk Accu Merk GTZ di Kota Pekanbaru. Jurnal Daya Saing, 6(0761), 2–4.
- Maabrur, A. K., & Ruma, Z. (2022). AIR MINUM TIRTA OMPO KABUPATEN SOPPENG. 19(2), 143–159. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.23514>
- Marthadinata, S., Lhutfi, B., Haq, R., Studi, P., Fakultas, M., Dan, E., & Universitas, B. (2024). Jurnal Manajemen. 1(1), 90–99.
- Masili, V., Lumanauw, B., Tielung, M. V. J., Kualitas, P., Terhadap, L., Pelanggan, L., Masili, V., Lumanauw, B., Tielung, M. V. J., Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. J. (2022). KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA USAHA TOKO THE EFFECT OF SERVICE ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE AT MENTARI ' S STORE BUSINESS IN SEA VILLAGE , PINELENG DISTRICT , MINAHASA REGENCY Oleh : 123J. 10(4), 44–51.
- Nilamsari, N. (2020). Memahami studi dokumen dalam penelitian kualitatif. XIII(2), 177–181.
- Norhermaya, Y. A., & Soesanto, H. (2016). ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG (STUDI PADA ONLINE STORE LAZADA . CO . ID). 5(2007), 1–13.
- Pratama, Y. W., & Budiarti, A. (2020). Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Pt . Pos Indonesia Cabang Surabaya Selatan (Persero). Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol. 13 No, 4.
- Rendra, N. (2021). No Title. PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIBOM SECONDTHRIF STORE.
- Simamora, S., Silalahi, M., Nainggolan, N. T., & Candra, V. (2019). Pengaruh Harga Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ud Sentral Jaya Pematangsiantar. SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan, 7(2), 62–72. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v7i2.154>
- Studi, P., Publik, A., & Administrasi, F. I. (2023). Jurnal administrasi bisnis. 3(1), 54–61.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir. Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran, 2(1), 160–166.
- Tjiptono, F. (2023). Strategi Pemasaran. 32–42.
- Umar, M., & Arfan, H. H. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan taruna politeknik pelayaran barombong makassar. 2, 188–197.