

ABSTRAK

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO
SUPER BUAH OESAPA**

Dalam dunia bisnis ritel, kepuasan pelanggan menjadi faktor krusial dalam menentukan keberlanjutan usaha, terutama di sektor penjualan produk konsumsi seperti toko buah. Toko Super Buah Oesapa, sebagai salah satu penyedia buah segar di daerah Oesapa, dihadapkan pada tantangan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Tiga faktor utama yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam bisnis ritel ini adalah harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Menurut Kotler dan Armstrong (2021:296), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas sebuah barang ataupun jasa yang diberikan. Harga juga merupakan jumlah dari setiap nilai yang dikeluarkan oleh konsumen dalam rangka mendapatkan keuntungan ataupun menggunakan suatu barang atau jasa. (Dewi, 2022). Tujuan utama dari penetapan harga adalah untuk memperoleh keuntungan maksimal bagi perusahaan, dengan mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar serta meningkatkan daya saing di pasar (Zusrony, 2021). Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat kita ketahui bahwa harga adalah sejumlah uang atau sesuatu yang lain beserta faedahnya yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu produk. Yunita (2021:60) menyatakan bahwa kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Gunawan (2022:20) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan pelanggan. Keinginan pelanggan tersebut diantaranya keawetan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian serta atribut bernilai lainnya. Kualitas pelayanan merupakan cara atau strategi yang diterapkan pada perusahaan untuk lebih meningkatkan kepercayaan terhadap jasa yang diberikan perusahaan (Permana, 2022). Mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan dan keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka (Ramadhan, 2021). (Septianarditya & Nasir, 2022). Kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan dari pelanggan yang mencerminkan perasaan atau penilaian mereka terhadap pengalaman mereka dalam menggunakan produk atau layanan suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan terjadi ketika harapan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi mereka. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam keberhasilan suatu perusahaan untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang mereka tawarkan memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh pelanggan. Karena dengan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat

memberikan manfaat dalam jangka panjang seperti loyalitas pelanggan, reputasi yang baik, dan meningkatkan laba perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko super buah oesapa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Kupang yang pernah atau biasa membeli produk atau jasa pada toko super buah oesapa. Kemudian karena populasi tidak diketahui, maka penentuan sampel menggunakan rumus rasio purba menghasilkan 96 orang jumlah responden masyarakat Kota Kupang yang biasa atau yang pernah membeli produk atau jasa pada toko super buah oesapa. Instrumen dalam penelitian ini terdiri dari indikator Harga (keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga) indikator kualitas produk (kehandalan, daya tahan, ciri dari produk) indikator kualitas pelayanan (keandalan, ketanggapan, empati) dan indikator kepuasan pelanggan (kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar melalui *googleform*. Sedangkan Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, Uji parsial (Uji t), Uji simultan (Uji F), dan koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan nilai indeks dari responden variabel Harga nilai setiap indikator 69,6-74,1. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 215 dan nilai rata-rata indeks untuk indikator harga yaitu sebesar 71,66 berada dalam kategori tinggi. Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel kualitas produk di atas nilai setiap indikator adalah 68,8-72,3. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 210,3 dan nilai rata-rata indeks untuk kualitas produk yaitu sebesar 70,1 berada dalam kategori tinggi. Berdasarkan nilai indeks jawaban responden dari variabel kualitas pelayanan di atas, nilai setiap indikator 69,7-75,0. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 216,9 dengan nilai rata-rata indeks untuk kualitas pelayanan yaitu 72,3 berada dalam kategori tinggi. Berdasarkan nilai indeks jawaban responden dari variabel kepuasan pelanggan di atas, nilai setiap indikator 70,4-73,0. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 215,5 dengan nilai rata-rata indeks untuk kepuasan pelanggan yaitu 71,8 berada dalam kategori tinggi. Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda maka dapat diketahui maka dapat diketahui bahwa konstan regresi 0,313 sedangkan koefisien regresi $b_1=0,275$, $b_2=0,131$ dan $b_3=0,583$. Dengan demikian persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = 0,313 + 0,275 X_1 + 0,131 X_2 + 0,583 X_3$ Persamaan regresi linear berganda ini dapat diartikan sebagai berikut : Nilai konstanta sebesar 0,313 artinya jika harga (X_1), Kualitas produk (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) sama dengan nol, maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,313. Koefisien regresi (b_1) sebesar 0,275 artinya jika Harga (X_1) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,275. Hal ini menjelaskan Harga yang ditetapkan pada Toko super Buah Oesapa semakin baik, maka kepuasan pelanggan pada Toko Super Buah Oesapa akan semakin tinggi dengan nilai $t_{hitung} (4,458) > t_{tabel} (1,985)$ pada signifikan (0,000), maka H_0 : ditolak dan H_a : diterima, artinya variabel Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Super Buah Oesapa. Koefisien regresi (b_2) sebesar 0,131 artinya jika Kualitas Produk (X_2)

mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,131 satuan. Hal ini menjelaskan Kualitas Produk pada Toko Super Buah Oesapa semakin baik, maka kepuasan pelanggan Toko Super Buah Oesapa akan semakin tinggi dengan nilai $t_{hitung} (1.930) < t_{tabel} (1,985)$ pada signifikan (0,057), maka H_0 : ditolak dan H_a :diterima, artinya variabel Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Super Buah Oesapa. Koefisien regresi (b_3) sebesar 0,583 artinya jika Kualitas Pelayanan (X_3) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,583 satuan. Hal ini menjelaskan Kualitas Pelayanan pada Toko Super Buah Oesapa semakin baik, maka kepuasan pelanggan Toko Super Buah Oesapa akan semakin tinggi dengan nilai $t_{hitung} (7.280) > t_{tabel} (1,985)$ pada signifikan (0,000), maka H_0 : ditolak dan H_a :diterima, artinya variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Super Buah Oesapa. Berdasarkan Hasil analisis diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $278.640 > F_{tabel} 2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, secara simultan Variabel Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan(Y). Berdasarkan Model Summary pada hasil uji koefisien determinasi (R^2), dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,898 atau 89,8%. Hal ini berarti bahwa variabel Harga (X_1), Kualitas produk (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) bersama-sama dalam menjelaskan pengaruhnya pada Kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 89,8%. Sedangkan sisanya sebesar 10,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Super Buah Oesapa sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Super Buah Oesapa.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.