



Homepage Journal: <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS>

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Mr.Ua'ici Barbershop Kelurahan Marsaoleh Kab. Morowali

The influence of service quality and price on customer satisfaction of mr.ua'ici barbershop in marsaoleh village morowali district

Rifky Juliansyah^{1*}, Ponirin², Ira Nuriya Santi³, Sri Wanti⁴

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako Palu, Sulawesi Tengah, Indonesia

*Correspondence Author: rifkyjuliansyah99@gmail.com

Artikel Penelitian

Article History:

Received: 16 Apr, 2025

Revised: 20 May, 2025

Accepted: 20 May, 2025

Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

Keywords:

Service Quality, Price, Customer Satisfaction

DOI: [10.56338/jks.v8i5.7589](https://doi.org/10.56338/jks.v8i5.7589)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan MR.UA'ICI. Metode penarikan sampel dengan menggunakan metode nonprobability sampling tepatnya Sampling Purposive dengan rumus Hair et al sebesar 105 Responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, yang kemudian diolah dengan menggunakan SPSS versi 26 Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda. Secara serempak variabel Kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan MR.UA'ICI barbershop kelurahan marsaoleh Kab. Morowali. Kemudian pada uji parsial variabel Kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan MR.UA'ICI barbershop kelurahan marsaoleh Kab. Morowali. Koefisien determinasi memperlihatkan nilai R square sebesar 0,602 atau 60,2% dan sisanya sebesar 39,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of service quality and price on customer satisfaction at MR.UA'ICI. The sampling method applied nonprobability sampling method, namely Purposive Sampling with the Hair et al formula of 105 respondents. Data collection used questionnaire, which was then processed using SPSS version 26. The analysis method used the multiple linear regression analysis method. Simultaneously, the variables of Service Quality (X1) and Price (X2) have a positive and significant influence on Customer Satisfaction at MR.UA'ICI barbershop, Marsaoleh Village, Morowali District. Then in the partial test, the variables of Service Quality (X1) and Price (X2) have a positive and significant influence on Customer Satisfaction at MR. UA'ICI barbershop, Marsaoleh Village, Morowali District. The coefficient of determination shows an R square value of 0.602 or 60.2% and the remaining 39.8% is explained by other variables not included in the regression model.

PENDAHULUAN

Memasuki era perdagangan yang bebas seperti sekarang ini ditambah dengan arus informasi telah menjadikan masyarakat menjadi sangat kritis, sehingga faktor kualitas menjadi permasalahan yang krusial dalam segala kegiatan produksi. Di mata masyarakat kualitas pelayanan mau pun produk suatu perusahaan merupakan cermin keberhasilan dari perusahaan itu sendiri. Kepuasan konsumen merupakan faktor utama yang menjadi perhatian dalam persaingan bisnis saat ini. Kualitas pelayanan

berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta penetapan penyampainya untuk mengimbangi harapan konsumen. (Arianto & Difa, 2020). Jadi, kualitas pelayanan berarti bahwa kinerja suatu produk sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Kualitas juga berhubungan dengan para karyawan yang secara langsung tampak dan berhubungan dengan pemakai jasa, sehingga perbaikan kualitas pelayanan juga menuntut adanya perbaikan dari karyawan.

Perusahaan akan sangat beruntung apabila dapat mengetahui apa yang diinginkan konsumen atas produknya. Hal tersebut merupakan informasi yang sangat berharga yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap perusahaannya. Selain itu juga berguna bagi perusahaan untuk memahami dan kemudian berusaha untuk memenuhi semua keinginan konsumen. Diharapkan juga pihak perusahaan dapat menentukan kebijakan-kebijakan dalam strategi memasarkan produknya dan untuk menghadapi para pesaingnya.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian yang bersifat asosiatif dalam bentuk hubungan kausal, berdasarkan pada tujuan peneliti. Menurut Sugiyono (2019: 65) adalah penelitian asosiatif suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan hubungan kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana kehandalan sebuah alat ukur mengukur apa yang diukur. Maka uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kecepatan dari indikator-indikator pernyataan yang diajukan dalam sebuah kuesioner penelitian. Suatu alat ukur yang validitasnya tinggi akan mempunyai varian kesalahan yang kecil atau dengan kata lain tes tersebut menjalankan ukuranya dengan memberikan hasil yang sesuai dengan maksud tes tersebut. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan mengukur korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor variabel. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,3$. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2019: 189-190). Untuk menguji kehandalan alat ukur yang digunakan, maka peneliti menyebarkan kuesioner pada 30 responden di Mr. Riffad Barbershop Kelurahan Marsaoleh Kab. Morowali.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

| No | Variabel penelitian | Indikator | Correctd Item- Total Corelation | r- kritis | Ket |
|----|-------------------------|-----------|---------------------------------|-----------|-------|
| 1 | Kualitas Pelayanan (X1) | X 1.1 | 0.302 | 0,3 | Valid |
| | | X 1.2 | 0.616 | 0,3 | Valid |
| | | X 1.3 | 0.458 | 0,3 | Valid |
| | | X 1.4 | 0.412 | 0,3 | Valid |
| | | X 1.5 | 0.606 | 0,3 | Valid |
| | | X 1.6 | 0.517 | 0,3 | Valid |
| | | X 1.7 | 0.308 | 0,3 | Valid |

| | | | | | |
|-------|------------|--------|------------------------|-------|-------|
| | | X 1.8 | 0.418 | 0,3 | Valid |
| | | X 1.9 | 0.361 | 0,3 | Valid |
| | | X 1.10 | 0.463 | 0,3 | Valid |
| 2 | Harga (X2) | X 2.1 | 0.493 | 0,3 | Valid |
| | | X 2.2 | 0.662 | 0,3 | Valid |
| | | X 2.3 | 0.544 | 0,3 | Valid |
| | | X 2.4 | 0.757 | 0,3 | Valid |
| | | X 2.5 | 0.497 | 0,3 | Valid |
| | | X 2.6 | 0.474 | 0,3 | Valid |
| | | X 2.7 | 0.616 | 0,3 | Valid |
| | | X 2.8 | 0.344 | 0,3 | Valid |
| | | 3 | Kepuasan Pelanggan (Y) | Y 1.1 | 0.316 |
| Y 1.2 | 0.320 | | | 0,3 | Valid |
| Y 1.3 | 0.629 | | | 0,3 | Valid |

Berdasarkan hasil uji validitas sebagaimana terurai pada Tabel 1 terbukti bahwa seluruh item pernyataan yang dituangkan dalam kuesioner penelitian dinyatakan valid. Hal ini disebabkan karena nilai Corrected Item-Total Correlation (Korelasi total) semua indikator penelitian lebih besar dan bernilai positif terhadap r-kritis sebesar 0,3 pada tingkat kepercayaan 95% atau α 0,05.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimana mengukur sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat pengukuran dikatakan konsisten. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2019: 176). Untuk menguji keakuratan data pada kuesioner, maka peneliti menyebarkan kuesioner pada 30 responden di MR.UA'ICI Barbershop kelurahan Marsaoleh Kab. Morowali. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

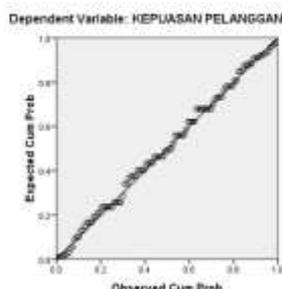
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

| No | Variabel Penelitian | Cronbach's | Alpha | Status Item |
|----|------------------------|------------|-----------|-------------|
| | | Alpha | Toleransi | |
| 1 | Kualias Pelayanan (X1) | 0,779 | 0,60 | Reliabel |
| 2 | Harga (X2) | 0,827 | 0,60 | Reliabel |
| 3 | Kepuasan Pelanggan (Y) | 0,602 | 0,60 | Reliabel |

Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah model linear berganda antara varabel bebas (independen), variabel terikat (dependen) atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar diatas disimpulkan bahwa distribusi normal regresi yang ditujukan pada gambar titik-titik menyebar mengikuti arah garis diagonal penyebarannya, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Ghozali (2021: 157) menyatakan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi maka akan digunakan penilaian Variance Inflation Faktor (VIF) dan Tolerance Value. Jika nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance = 0,10 atau sama dengan nilai $VIF = 10$.

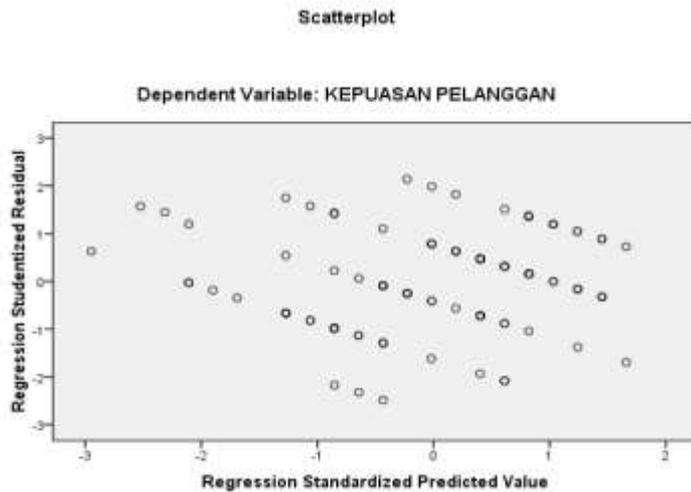
Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel Independen | Tolerance | VIF | Keterangan |
|-------------------------|-----------|-------|-----------------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | ,859 | 1,164 | Non-Multikolinieritas |
| Harga (X2) | ,859 | 1,164 | Non-Multikolinieritas |

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa hasil perhitungan nilai tolerance juga menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerance = 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilai nya lebih dari 95%. Hasil perhitungan nilai variance inflation factor (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai $VIF = 10$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji heteroskedastisitas

Ghozali (2021: 178) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 3 grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,602 ^a | ,363 | ,350 | ,844 |

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas, hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,363. Hal ini berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 36,3 % dan sisanya sebesar 63,7% dijelaskan oleh variabel lain.

Uji Serempak (Uji F)

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Harga (X2) secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$, maka koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada penelitian ini. Hal ini dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji F (Uji Serempak)

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|---------|-------------------|
| 1 | Regression | 41,326 | 2 | 20,663 | 296,016 | ,000 ^b |
| | Residual | 72,636 | 102 | 712 | | |
| | Total | 113,962 | 104 | | | |

- a. Dependent Variable: Y
- b. Predictors: (Constant), X2, X1

Uji statistik F untuk menunjukkan apakah semua variabel independent atau variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependent (Y) atau terikat. Berdasarkan hasil uji serempak menunjukkan bahwa nilai $\text{sig } 0,000 < (\alpha) = 0,05$ maka variabel kualitas pelayanan dan harga secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian.

Uji Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antar variabel X dan Y, apakah variabel X1 (kualitas pelayanan) dan X2 (harga) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan pelanggan) secara parsial.

Tabel 6. Hasil Uji t (Uji Parsial)

| | | Coefficients ^a | | | | | | |
|-------|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 3,046 | 1.391 | | 2,190 | .031 | | |
| | Kualitas Layanan (X1) | .132 | .026 | .431 | 5,060 | .000 | .859 | 1.164 |
| | Harga (X2) | .132 | .039 | .288 | 3,382 | .001 | .859 | 1.164 |

KESIMPULAN

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat diketahui Hasil uji parsial variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 \leq (\alpha) 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hasil uji parsial harga (X2) diperoleh nilai signifikan sebesar $0,51 \leq (\alpha) = 0,05$ maka dengan demikian variabel harga (X2) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

KESIMPULAN

Untuk pihak MR.UA'ICI Barbershop diharapkan untuk bisa memperhatikan Kualitas Pelayanan yang di rasakan konsumen, dengan cara lebih menjaga kualitas Pelayanan sesuai yang di inginkan pelanggan, agar pelanggan merasa puas akan pelayanan MR.UA'ICI Barbershop. Ini akan membantu mengidentifikasi pola perilaku pelanggan dan waktu-waktu tertentu di mana mereka cenderung berlangganan.

Pihak MR.UA'ICI Barbershop diharapkan juga lebih memperhatikan Harga yang di berikan

pelanggan akan produk yang disediakan agar sesuai dengan yang di inginkan pelanggan, agar pelanggan merasa percaya akan produk MR.UA'ICI Barbershop. Ini akan membantu mengidentifikasi pola perilaku konsumen dan waktu-waktu tertentu di mana mereka cenderung berlangganan di MR.UA'ICI Barbershop.

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memasukkan atau menambah variabel lain, yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan selain yang digunakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2).
- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 26*, Edisi 10, Semarang: Badan Penerbit Universitas.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.