

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE PERCEPTION ON
CUSTOMER SATISFACTION AT PT TIRTA ROHALLI WIDYATAMA
IN SURABAYA***

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT TIRTA ROHALLI WIDYATAMA
DI SURABAYA**

Haliza Nugraheni¹, Siti Aminah², Wilma Cordelia Izaak³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur^{1,2,3}

20012010312@student.upnjatim.ac.id¹, sitiaminah1961@gmail.com²,
wilma.izaak.mnj@upnjatim.ac.id³

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine and investigate how customer satisfaction at PT Tirta Rohalli Widyatama in Surabaya is impacted by perceptions of pricing and service quality. This study's methodology involves quantitative data collecting through the distribution of questionnaires. Customers of PT Tirta Rohalli Widyatama make up the study's population, and 108 respondents were selected using the convenience sample approach. Software from SmartPLS (Partial Least Square) was then used to evaluate the collected study data. The study's findings indicate that customer satisfaction at PT Tirta Rohalli Widyatama is significantly positively impacted by service quality, and that customer happiness is significantly positively impacted by pricing perception.

Keywords: *Customer Satisfaction; Price Perception; Quality of Service.*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji dan meneliti bagaimana bagaimana kepuasan pelanggan di PT Tirta Rohalli Widyatama di Surabaya dipengaruhi oleh persepsi harga dan kualitas layanan. Metodologi penelitian ini bersifat kuantitatif, dan menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data data. Pelanggan PT Tirta Rohalli Widyatama merupakan populasi penelitian, dengan 108 responden yang dipilih menggunakan prosedur *sample convenience*. Dengan menggunakan SmartPLS (*Partial Least Square*) untuk menguji data penelitian. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan di PT Tirta Rohalli Widyatama secara signifikan dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan, dan bahwa kepuasan pelanggan secara signifikan dipengaruhi secara positif oleh persepsi harga.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan; Kualitas Pelayanan; Persepsi Harga

PENDAHULUAN

Pertumbuhan dunia industri kontemporer mengharuskan persaingan ketat untuk mendapatkan klien di antara pengusaha dari semua skala. Sebagai hasil dari pengembangan bisnis, strategi dan pola pemeliharaan bisnis para pesaing berubah. Bisnis didorong untuk melakukan segala daya mereka untuk berkembang di sektor bisnis dengan persaingan yang lebih ketat. Hal ini khususnya berlaku untuk bisnis yang mendistribusikan, termasuk sub-distributor dan distributor tunggal. Bisnis harus memiliki pemahaman menyeluruh tentang permintaan

konsumen dan proses pembelian agar dapat mengembangkan strategi yang berhasil mendukung penawaran yang menarik bagi konsumen sasaran, Esweka & Istiati dalam Mulyapradana *et al.* (2020).

Distributor memiliki peran krusial dalam sistem ekonomi, yakni memfasilitasi distribusi barang dan jasa dari produsen ke pelanggan. Distributor juga bertujuan untuk memastikan produk dapat dipasarkan dengan efektif dan efisien. Distributor melakukan berbagai tugas selain membeli dan menjual barang, seperti pemasaran produk, penyimpanan, transportasi, dan

kategorisasi. Distributor merencanakan pemindahan produk dari gudang ke pengguna akhir, baik itu bisnis, tempat usaha ritel, atau pelanggan perorangan. PT Tirta Rohalli Widyatama adalah perusahaan yang bergerak dalam industri distribusi.

PT Tirta Rohalli Widyatama menawarkan jasa distributor untuk membantu dalam memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan dari segi bahan pokok dan untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari, contohnya adalah sembako, produk pertanian, beserta produk peternakan. Perusahaan ini mendistribusikan barang-barangnya kepada pelanggan yang berada di Surabaya dan sekitarnya. Dalam menjalankan usahanya, PT Tirta Rohalli Widyatama tidak luput dari kritik pelanggan terkait persepsi harga juga dipengaruhi oleh tingkat keunggulan layanan perusahaan. Hal ini menimbulkan adanya ketidakpuasan pelanggan terkait performa perusahaan yang mempengaruhi penurunan penjualan setiap tahunnya.

Perusahaan PT Tirta Rohalli Widyatama seringkali mengalami banyak keluhan, hal ini diungkapkan pada wawancara singkat yang menyatakan bahwa terdapat beberapa kendala yang terjadi dalam layanan ekspedisi seperti mengalami keterlambatan dan tidak tepat waktu. Masalah lain juga terjadi ketika jumlah yang dipesan dan barang yang diberikan tidak cocok. atau keinginan pelanggan sehingga pelanggan mengembalikan barang tersebut. Hal ini menunjukkan adanya masalah pada kualitas layanan di perusahaan yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan.

Kebahagiaan pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh persepsi harga selain kualitas layanan. Pada perusahaan PT Tirta Rohalli Widyatama dapat diketahui bahwa seluruh produk

yang dijual mengalami kenaikan harga dibandingkan tahun sebelumnya. Kenaikan harga yang tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas pelayanan atau produk dapat mengubah persepsi harga pelanggan dan menyebabkan ketidakpuasan yang berujung pada pengembalian barang. Berdasarkan dari fenomena pada perusahaan menjadikan peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian terkait “Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tirta Rohalli Widyatama di Surabaya”.

METODE PENELITIAN

Kuesioner formulir Google ini dimanfaatkan dalam membantu pengumpulan informasi yang akan digunakan dalam penelitian, dengan memanfaatkan metodologi penelitian kuantitatif berupa pernyataan-pernyataan yang dijawab berdasarkan skala likert. Pada penelitian ini menggunakan populasi dari pelanggan PT Tirta Rohalli Widyatama yang kemudian dilakukan penentuan jumlah sampel dengan pengukuran parameter sehingga menghasilkan 108 responden. Berdasarkan kriteria yang ditetapkan peneliti, convenience sampling merupakan pendekatan pengambilan sampel yang melibatkan pemilihan responden berdasarkan waktu dan lokasi (Malhotra, 2019). Pendekatan yang digunakan dalam menganalisis data pada penelitian kali ini adalah dengan memanfaatkan perangkat lunak Smart Partial Least Square (PLS).

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

HASIL

Pengukuran validitas indikator dapat menggunakan pengukuran berdasarkan output pada tabel *outer loadings* dengan melihat nilai *factor loading* untuk mengukur seberapa kuat

korelasi antara indikator dengan variabelnya

Outer Loadings

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O-STDEV)	P values
X1.1 < X1	0.764	0.769	0.049	15.750	0.000
X1.2 < X1	0.726	0.729	0.066	10.928	0.000
X1.3 < X1	0.793	0.788	0.054	14.692	0.000
X1.4 < X1	0.872	0.869	0.028	31.265	0.000
X1.5 < X1	0.807	0.804	0.047	17.329	0.000
X1.6 < X1	0.797	0.792	0.047	16.807	0.000
X1.7 < X1	0.769	0.767	0.058	13.242	0.000
X1.8 < X1	0.773	0.767	0.053	14.637	0.000
X1.9 < X1	0.734	0.733	0.056	13.151	0.000
X1.10 < X1	0.785	0.781	0.053	14.808	0.000
X2.1 < X2	0.836	0.834	0.047	17.605	0.000
X2.2 < X2	0.844	0.841	0.063	13.342	0.000
X2.3 < X2	0.876	0.867	0.051	17.264	0.000
X2.4 < X2	0.888	0.888	0.035	25.218	0.000
X2.5 < X2	0.883	0.879	0.033	27.135	0.000
Y.1 < Y	0.900	0.897	0.027	33.360	0.000
Y.2 < Y	0.781	0.770	0.098	7.966	0.000
Y.3 < Y	0.865	0.867	0.027	32.157	0.000

Semua indikator variabel Kualitas Pelayanan (X1), Persepsi Harga (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki validitas konvergen yang terpenuhi, seperti yang ditunjukkan dalam tabel. Nilai T-Statistik yang dimiliki ini memiliki angka yang lebih besar jika dibandingkan dengan 1,96 atau nilai *P-Values* yang dimiliki ini lebih kecil jika dibandingkan dengan 0,05. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh indikator dari variabel menghasilkan *convergent validity* yang terpenuhi.

Average Variance Extracted

	Average variance extracted (AVE)
Kualitas Pelayanan (X1)	0.613
Persepsi Harga (X2)	0.750
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.722

Dengan didasarkan dari tabel yang ada, maka nilai AVE yang dimiliki oleh beberapa variabel ini ini mendapatkan nilai yang lebih tinggi dari 0,5. Pada variabel kualitas layanan yang ada ini memiliki AVE dengan nilai 0,613, sedangkan pada variabel yang masuk ke dalam kategori persepsi harga ini mendapatkan nilai 0,750 pada AVE, dan variabel lain yaitu kepuasan pelanggan mendapatkan AVE dengan nilai 0,722, nilai tersebut dapat menjelaskan jika seluruh indikator memiliki validitas yang baik atau terpenuhinya validitas.

Composite Reability

	Composite Reliability
Kualitas Pelayanan (X1)	0.941
Persepsi Harga (X2)	0.937
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.886

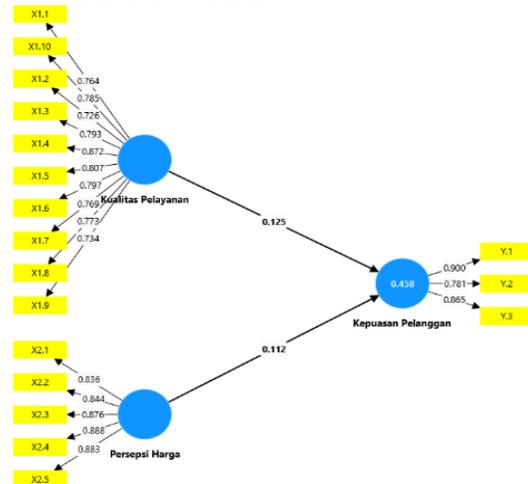
Karena variabel Kualitas Pelayanan (X1) ini didapatkan hasil dengan nilai 0,941, variabel Persepsi Harga (X2) memiliki nilai sebesar 0,937, dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai sebesar 0,886, maka dapat ditarik suatu simpulan yang didasarkan dari tabel di atas jika semua variabel ini memiliki nilai yang lebih besar jika dibandingkan dengan 0,70, hal tersebut disimpulkan jika ketiga variabel tersebut dinilai memiliki reliabilitas yang baik dan terpenuhi.

Latent Variable Correlations

	Kualitas Pelayanan (X1)	Persepsi Harga (X2)	Kepuasan Pelanggan (Y)
Kualitas Pelayanan (X1)	1.000	0.730	0.639
Persepsi Harga (X2)	0.730	1.000	0.634
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.639	0.634	1.000

Berdasarkan tabel di atas, hubungan antara variabel Persepsi Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X1) ini mempunyai nilai yang tinggi dalam korelasi yang dimiliki dengan nilai 0,730. Dengan didasarkan pada nilai tersebut, jika dibandingkan dengan hubungan antara variabel lainnya, korelasi yang paling kuat terdapat pada Kualitas Pelayanan (X1) dan Persepsi Harga (X2).

Analisis Model PLS



Keluaran PLS ditampilkan dalam grafik di atas dan dapat dilihat dari nilai R-Square, koefisien jalur, dan nilai pemuatan faktor setiap indikator.

R-Square

	R-Square
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.468

Kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai sebesar 0,468, berdasarkan tabel R-Square. Kondisi tersebut memberikan petunjuk jika suatu persepsi pada harga (X2) dengan kualitas layanan (X1) ini memiliki hasil jika dapat membantu dalam kontribusi dan menjelaskan fenomena tersebut sebesar 46,8%, sedangkan sisanya memberikan kontribusi sebesar 53,2% yang belum masuk dalam model, contohnya pada kualitas yang dimiliki suatu produk, promosi, citra yang terdapat pada merek yang ada, dan lain-lain.

Pengujian Hipotesis

	Path Coefficients (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 → Y	0.378	0.389	0.116	3.257	0.001
X2 → Y	0.358	0.351	0.135	2.650	0.008

Berdasarkan pada tabel *path coefficients* maka dapat diketahui bahwa hipotesis pertama yaitu terdapat dugaan jika kualitas pada pelayanan yang dimiliki ini memberikan pengaruh yang bersifat positif pada kepuasan yang dimiliki oleh pelanggan PT Tirta Rohalli Widyatama di Surabaya, **dapat diterima**. Hal ini berdasarkan dari tabel yang menunjukkan *path coefficients* sebesar 0,378, nilai *T-Statistic* sebesar $3.257 > 1,96$ dan/atau nilai *P values* sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan positif dan signifikan.

Berdasarkan pada tabel *path coefficients* maka dapat diketahui bahwa hipotesis kedua yaitu memiliki dugaan jika persepsi harga ini memberikan pengaruh yang bersifat positif pada kepuasan yang dimiliki oleh pelanggan PT Tirta Rohalli Widyatama di Surabaya, **dapat diterima**. Hal ini berdasarkan dari tabel yang menunjukkan *path coefficients* sebesar 0,358, nilai *T-Statistic* sebesar $2.650 > 1,96$ dan/atau nilai *P values* sebesar

$0,008 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan positif dan signifikan.

PEMBAHASAN

Karena kualitas layanan merupakan tolok ukur seberapa efektif suatu bisnis dapat memenuhi kebutuhan dan melampaui harapan kliennya, maka kualitas layanan merupakan komponen penting dalam menciptakan hubungan yang solid antara suatu bisnis dan kliennya. Temuan studi menunjukkan bahwa di PT Tirta Rohalli Widyatama Surabaya, kepuasan yang dimiliki oleh pelanggan ini dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Kondisi ini memberikan petunjuk bahwa kebahagiaan pelanggan suatu perusahaan akan meningkat jika kualitas layanannya meningkat. Ukuran kualitas layanan terbaik berdasarkan beban eksternal merupakan tanda dari sistem pencatatan yang tepat dan bebas kesalahan. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Berliana *et al.* (2020) Mahira *et al.* (2021), Ismail dan Yusuf (2021) serta Silvia dan Arifiansyah (2023) menemukan bahwa “kualitas pelayanan ini memiliki peran yang positif dan nilai yang signifikan pada kepuasan pelanggan. Suatu Perusahaan harus berusaha dalam membuat peningkatan pada layanan yang dimiliki agar dapat membantu dalam mempertahankan rasa percaya, puas, dan loyalitas yang dimiliki oleh konsumennya Wilma C.I & Hesty P.R (2019)”.

Salah satu cara pelanggan melihat dan mengevaluasi barang atau jasa suatu perusahaan adalah melalui persepsi harga. Temuan penelitian menunjukkan bahwa di PT Tirta Rohalli Widyatama Surabaya, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi harga. Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan persepsi harga akan disertai dengan peningkatan kepuasan konsumen. Pada persepsi harga diketahui indikator tertinggi

berdasarkan *outer loadings* yaitu potongan harga. Temuan ini diperkuat oleh penelitian dari Putri dan Supriyono (2022), Syakhnur *et al.* (2023) Silvia dan Arifiansyah (2023) serta Walyullah dan Pudjoprastyono (2024) mengungkapkan bahwa “persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan”. Dan menurut Muhammad M.A.W & Hery P (2024) menyatakan bahwa “harga yang ditetapkan ini dapat memberikan pengaruh yang masuk ke dalam kategori baik pada suatu tingkatan yang ada pada kepuasan pelanggan”.

PENUTUP

Kesimpulan

Dengan didasarkan pada hasil analisis yang sudah dilakukan pada data dan pembahasan ini, maka dapat ditarik suatu kesimpulan jika kualitas pelayanan ini memiliki suatu kontribusi yang dapat mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tirta Rohalli Widyatama Surabaya. Artinya kepuasan pelanggan akan meningkat seiring dengan tingkat kualitas layanan perusahaan. Selain itu persepsi harga juga memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tirta Rohalli Widyatama Surabaya. Ini berarti kepuasan pelanggan akan meningkat sebanding dengan seberapa baik persepsi terhadap harga perusahaan. Saran yang dapat diberikan adalah diharapkan pada kualitas pelayanan perusahaan dapat meningkatkan sistem pencatatan yang akurat dan bebas kesalahan serta pada persepsi harga dapat memberikan potongan harga yang menarik kepada pelanggan. Diharapkan lebih banyak faktor akan disertakan dalam penelitian masa depan serta memperbanyak sampel sehingga penelitian dapat lebih meluas.

SARAN

Disarankan agar PT Tirta Rohalli Widyatama Surabaya terus

meningkatkan kualitas pelayanan dengan fokus pada penyempurnaan sistem pencatatan yang lebih akurat dan bebas dari kesalahan, guna memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Selain itu, untuk memperkuat persepsi harga, perusahaan dapat mempertimbangkan pemberian potongan harga atau promosi menarik untuk meningkatkan daya tarik pelanggan. Ke depannya, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas kajian dengan menyertakan lebih banyak faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan serta memperbesar jumlah sampel, hal tersebut diharapkan dapat membuat penelitian selanjutnya dapat lebih representatif dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aldrias, S. 2022. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Tambun Mangunjaya).” *MINISTAL: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* 1 (1): 1–18.
- [2] Adlu Walyullah, Muhammad Muizzu, and Hery Pudjoprastyono. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada ID Express Surabaya.” *Unbari.ac.id*, 2024.
- [3] Berliana, P. N., Suharyati, S., & Handayani, T. (2020). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada JNE Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan). In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*, 1, 440-456
- [4] Cordelia Izaak Wilma, Prima Rini Hesty. 2019. “Jurnal Bisnis Dan

- Manajemen Jurnal Bisma Pendahuluan” 13 (3): 181–88
- [5] Hulud, S., Arifin, R., & Athia, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Mahasiswa Unisma Pengguna GrabBike di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(25)
- [6] Hermawan, Y., Maylani, D., & Mulyana, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Smartphone Samsung di Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), 641-652
- [7] Ismail, Taupik, and Ramayani Yusuf. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung.” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)* 5 (3): 413–23
- [8] Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- [9] Mulyapradana, Aria, Ary Dwi Anjarini, and Harnoto Harnoto. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Tempo Cabang Tegal.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 3 (1): 26–38. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.115>
- [10] Pratama, Nugroho Adhytiya, Siti Aminah, and Ugy Soebintoro. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sewa Mobil Di Cv. Tepat Trans Di Kabupaten Sidoarjo.” *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 5 (4): 930–35
- [11] Putri, A. R. M., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Sucofindo (Persero) Cabang Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 767-772.
- [12] Silvia, R., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan DI Cillo Coffee. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), 662-675.
- [13] Syakhnur, S., Titing, AS, & Hendrik, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Jasa Salon Reza Di Kabupaten Kolaka. *Jurnal Keunggulan Ekonomi Ibnu Sina*, 1 (4), 01-12.
- [14] Pratama, Nugroho Adhytiya, Siti Aminah, and Ugy Soebintoro. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sewa Mobil Di Cv. Tepat Trans Di Kabupaten Sidoarjo.” *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 5 (4): 930–35. <https://doi.org/10.58258/jisip.v5i4.2374>
- [15] Walyullah, M. M. A., & Pudjoprastyono, H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada ID Express Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 9(1), 167-174

- [16] Wibisono, Deny. 2019. “Analisis Kualitas Layanan Pendidikan Menggunakan Matriks Importance Performance Analysis di Sekolah XYZ.” *Jurnal Optimasi Teknik Industri* 1 (2): 14–20.