



THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE PERCEPTION ON CUSTOMER SATISFACTION AT THE ALBASIKO II COOPERATIVE ELECTRONICS UNIT

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KOPERASI ALBASIKO II UNIT ELEKTRONIK

Mardahleni³, Roza Gustika², Wildan³

Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Ilmu Sosial Khatulistiwa, Pasaman Barat, Indonesia E-mail: mardahleni00@gmail.com

ARTICLE INFO

Correspondent:

Mardahleni

mardahleni00@gmail.com

Keywords:

Refractories; Marketing service quality, price perception, customer satisfaction, Albasiko II, multiple linear regression

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 1794 - 1800

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of service quality and price perception on customer satisfaction at the Albasiko II Cooperative's Electronics Unit in West Pasaman Regency. Service quality was measured using indicators such as performance, reliability, aesthetics, service capability and empathy. Price perception indicators included product affordability, price-quality alignment, price-benefit alignment, and price competitiveness. This study employed a quantitative approach using an associative method and purposive sampling, a non-probability sampling technique in which not all members of the population have an equal chance of being selected. The sample comprised 96 respondents, all of whom were customers of Albasiko II Electronics. Data collection was carried out via a questionnaire and analysed using multiple linear regression with SPSS version 26 software. The results indicate that service quality and price perception have a significant and positive influence on customer satisfaction, both individually and simultaneously. These findings highlight that efforts to improve customer satisfaction should focus on providing high-quality service and implementing strategic pricing. It is hoped that this study will provide valuable insights for business practitioners and academics in understanding the dynamics of consumer behaviour and in developing more effective and sustainable marketing strategies.

Copyright © 2026 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL

Koresponden:
Mardahleni
mardahleni00@gmail.com

Kata kunci:
*kualitas pelayanan,
persepsi harga, kepuasan
pelanggan, AlbasikoII,
Regresi Linear Berganda*

Website:
<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Hal: 1794 - 1800

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Unit Elektronik Koperasi Albasiko II di Kabupaten Pasaman Barat. Kualitas layanan diukur menggunakan indikator-indikator seperti kinerja, keandalan, estetika, kemampuan layanan, dan empati. Indikator persepsi harga meliputi keterjangkauan harga produk, keselarasan harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan daya saing harga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif dan menggunakan purposive sampling, suatu teknik pengambilan sampel non-probabilitas di mana tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Sampel terdiri dari 96 responden, yang semuanya adalah konsumen Unit Elektronik Albasiko II. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dianalisis dengan regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan, baik secara sendiri-sendiri maupun secara simultan. Temuan-temuan ini menyiratkan bahwa upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan harus difokuskan pada penyediaan layanan berkualitas tinggi dan penerapan harga strategis. Studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi praktisi bisnis dan akademisi dalam memahami dinamika perilaku konsumen dan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Copyright © 2026 JSER. All rights reserved

PENDAHULUAN

Koperasi adalah entitas hukum yang didirikan oleh orang perorangan atau organisasi koperasi dengan pemisahan aset anggota sebagai modal untuk menjalankan usaha yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan kolektif di bidang ekonomi, sosial, dan budaya, sesuai dengan nilai dan prinsip. Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, industri koperasi di Indonesia mengalami transformasi signifikan, terutama dalam hal pelayanan dan harga yang ditawarkan kepada anggotanya. Koperasi Albasiko II Unit Elektronik, sebagai salah satu entitas yang beroperasi dalam sektor ini, dihadapkan pada tantangan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan ditengah persaingan yang semakin ketat.

Pelanggan yang melakukan transaksi pembelian merasa puas berbelanja di Albasiko II unit elektronik. Kepuasan mereka didasarkan pada harga yang mudah dijangkau meskipun pelanggan melakukan transaksi pembelian secara kredit. Selain itu, pelanggan juga merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh Albasiko II unit elektronik. Pelayanan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Albasiko II Unit Elektronik telah terbukti memenuhi ekspektasi para pelanggan yang berkunjung, baik untuk membeli produk maupun sekadar menanyakan informasi mengenai produk elektronik yang mereka inginkan. Para pegawai koperasi senantiasa menyambut pelanggan dengan ramah dan memberikan informasi yang akurat mengenai produk

yang dibutuhkan. Selain itu, pelanggan juga diberikan fasilitas tempat duduk dan minuman, menciptakan suasana yang nyaman saat mereka mencari informasi tentang produk elektronik yang diinginkan.

Koperasi Albasiko II Unit Elektronik menunjukkan keterbukaan yang tinggi terhadap pelanggan, di mana manajer tidak segan-segan untuk turun langsung memberikan informasi mengenai produk yang diinginkan oleh pelanggan. Hal ini menciptakan kenyamanan tersendiri bagi pelanggan, yang secara tidak langsung merasakan bahwa tidak ada batasan antara pegawai dan pelanggan.

Keterlibatan aktif manajer dalam pelayanan ini berkontribusi pada kepuasan pelanggan, yang merasa dihargai dan diperhatikan. Selain melayani pelanggan yang datang langsung ke toko, Koperasi Albasiko II Unit Elektronik juga menyediakan layanan pengantaran produk langsung ke tempat atau rumah pelanggan, sehingga semakin meningkatkan kepuasan dan kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi.

Dengan demikian, pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Albasiko II Unit Elektronik tidak hanya memenuhi harapan pelanggan karena merasa tidak dibedakan pelayanannya untuk yang bertransaksi secara langsung didalam Koperasi Albasiko II Unit Elektronik maupun yang bertransaksi ditempat atau dirumah pelanggan, sehingga menciptakan pengalaman berbelanja yang positif dan memuaskan.

Disisi lain, persepsi harga juga memainkan peran penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Koperasi Albasiko II Unit Elektronik harus mampu menetapkan harga yang kompetitif dan sebanding dengan nilai yang diberikan kepada anggotanya agar dapat mempertahankan dan menarik lebih banyak anggota. Harga suatu produk elektronik di Koperasi Albasiko II Unit Elektronik telah terbukti sesuai dengan ekspektasi para pelanggan. Mengapa demikian? Hal ini disebabkan karena harga produk elektronik yang ditawarkan oleh koperasi menyesuaikan dengan taraf hidup masyarakat dan anggotanya. Koperasi Albasiko II Unit Elektronik memahami pentingnya aksesibilitas harga bagi pelanggannya, sehingga mereka menetapkan harga yang kompetitif dan terjangkau. Selain itu, koperasi ini juga menyediakan sistem pembayaran secara kredit, yang merupakan solusi yang sangat membantu bagi pelanggan dengan taraf hidup menengah ke bawah untuk membeli produk elektronik yang sesuai dengan daya beli mereka.

Melalui sistem kredit ini, pelanggan menengah bawah yang ingin berbelanja produk elektronik di Koperasi Albasiko II Unit Elektronik merasa puas, karena mereka dapat memperoleh produk yang diinginkan tanpa harus terbebani oleh pembayaran tunai yang besar. Dengan demikian, sistem kredit ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas produk, tetapi juga memenuhi ekspektasi para pelanggan akan produk yang mereka beli, dengan harga yang terjangkau dan kualitas produk yang baik. Sehingga Koperasi Albasiko II Unit Elektronik berhasil menciptakan lingkungan belanja yang inklusif, di mana semua lapisan masyarakat dapat menikmati produk elektronik yang berkualitas tanpa harus merasa tertekan secara finansial.

Keterbatasan penelitian yang ada menunjukkan bahwa meskipun banyak penelitian telah dilakukan di sektor lain, masih sedikit yang melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks koperasi elektronik di Indonesia. Selain itu dari uraian penelitian terdahulu, terdapat gap antara hasil penelitian yang dihasilkan dan latar belakang permasalahan yang menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan merupakan hal yang sangat dibutuhkan organisasi khususnya koperasi untuk tetap melanjutkan usaha dan mencapai tujuan perekonomian bersama, mengingat bahwa Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga memiliki peran

penting terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, diperlukan pemahaman yang lebih baik dan regulasi yang jelas mengenai Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga untuk dapat mendorong usaha koperasi-koperasi yang ada di Indonesia untuk mengeksplorasi lebih luas lagi dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan yang merupakan aspek penting dalam sebuah usaha yang dilakukan oleh sebuah organisasi. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Koperasi Albasiko Ii Unit Elektronik”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah eluruh konsumen dan pelanggan yang berbelanja di Koperasi Albasiko II Unit Elektronik. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu purposive sampling (pemilihan sampel bertujuan) dengan teknik berdasarkan teknik non-probability sampling yaitu teknik dimana setiap populasi tidak diberikan kesempatan atau peluang yang sama untuk dapat dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2022). Kriteria yang ditetapkan dalam pengambilan sampel ini adalah sebagai berikut:

1. Berusia 17 tahun atau lebih.
2. Sudah pernah berkunjung ke Koperasi Albasiko II Unit Elektronik.
3. Sudah pernah membeli produk dari Koperasi Albasiko II Unit Elektronik.
4. Bersedia memberikan informasi.

Karena populasi pada penelitian ini tidak dapat diketahui jumlahnya dengan pasti, maka besar sampel yang akan digunakan menurut Kharis (2018) dalam penelitian Pamilih Wahyu Dwi et al. (2024) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = tingkat keyakinan yang dalam penentuan sampel 1,96

moe = margin of error atau perkiraan tingkat kesalahan yang bisa ditoleransi, disini ditetapkan 0,1 atau 10%

Berdasarkan hasil perhitungan rumus diatas sampel yang dapat diambil dari populasi minimal adalah 96 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan alternatif jawaban menggunakan skala likert. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur dengan bantuan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Koperasi Albasiko II Unit Elektronik. Data dikumpulkan dari 96 responden yaitu konsumen koperasi Albasiko. Hasil pengolahan data melalui analisis regresi menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan persepsi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini melibatkan 96 responden yang berasal dari konsumen Koperasi Albasiko II Unit Elektronik. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa kedua variabel independent, yaitu rekrutmen, kualitas pelayanan dan persepsi harga, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ringkasan hasil analisis disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Koperasi Albasiko II Unit Elektronik

Variabel Independen	Koefisien	T Hitung	Sig	Keterangan
Konstanta	0.094	0.528	0.599	-
Kualitas Pelayanan(X1)	0.754	9.642	0.000	Signifikan
Persepsi Harga(X2)	0.286	3.548	0.001	Signifikan
Koefisien Determinasi (R^2)	: 0,835 atau 83,5%			
F	: 234.681			
Signifikan F	: 0.000 ^b			

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa Variabel Kualitas Produk nilai t sebesar 9.624 dan nilai signifikan sebesar 0,000 ($< 0,05$). Dan Variabel persepsi harga memiliki nilai t sebesar 3.548 dan nilai signifikan sebesar 0,001 ($< 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), dan Persepsi harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Dari table diatas, terlihat juga bahwa nilai signifikansi uji F adalah 243.681 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000, ini berarti bahwa nilai signifikansi F lebih kecil dari alpha 5% ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model regresi yang sudah baik dan layak digunakan dalam penelitian ini. Dengan model kata lain bahwa variabel bebas (kualitas pelayanan dan persepsi harga) secara bersamaan (simultan) berpengaruh positif dan mampu menjelaskan secara signifikan variabel terikat (kepuasan pelanggan).

Nilai R-square atau koefisieni determinasinya adalah 0,835. Artinya, besarnya pengaruh kontribusi variabel kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 83,5 % dan 16,5% dipengaruhi oleh factor lain.

Pembahasan

Dari hasil analisis data, terlihat bahwa kualitas pelayanan memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan Pelanggan Pada Koperasi Albasiko II Unit Elektronik. Aspek-aspek seperti kemampuan petugas dalam memberikan layanan secara andal, cepat tanggap terhadap kebutuhan, memberikan rasa aman, bersikap ramah dan penuh perhatian, serta memiliki penampilan yang rapi, menjadi alasan utama yang memengaruhi kepuasan tersebut. Konsumen merasa bahwa pelayanan yang diberikan sudah sesuai harapan, sehingga muncul keinginan untuk kembali berkunjung. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Sri Mutiara et al (2021) yang menyakan bahwa kualitas pelayanan yang baik secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan, sedangkan pelayanan yang buruk dapat menyebabkan ketidakpuasan.

Apabila dilihat dari sisi pengunjung, selain soal pelayanan, pandangan mereka tentang harga juga menunjukkan pengaruh yang positif terhadap rasa puas yang dirasakan. Banyak yang merasa bahwa harga elektronik di koperasi Albasiko cukup terjangkau, sebanding dengan kualitas yang didapat. Harga yang dianggap wajar ini jadi salah satu alasan utama kenapa mereka merasa puas. Hal ini juga diperkuat oleh hasil dari Permadi dkk. (2022) dan Wijaya dkk. (2023), yang menekankan bahwa persepsi terhadap harga memang berpengaruh pada tingkat kepuasan.

Dilihat secara keseluruhan, kualitas pelayanan dan persepsi harga punya pengaruh bersama terhadap kepuasan, bahkan sampai 83,5%. Jadi, bisa dikatakan kombinasi pelayanan yang bagus dan harga yang pas bisa jadi strategi yang baik untuk mempertahankan dan bahkan dapat menambah pelanggan.

SIMPULAN

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini menggambarkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan koperasi Albasioko II maka pelanggan akan merasa puas terhadap koperasi ini.

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini menggambarkan bahwa harga yang ditawarkan oleh Koperasi Albasiko II sangat terjangkau bagi pelanggan dan adanya harga yang kompetitif maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan harga pada produk yang dijual maka pelanggan akan semakin meningkatkan kepuasannya.

Persepsi harga merupakan cerminan dari nilai, karena jika harga produk rendah maka akan memunculkan persepsi produk yang kurang berkualitas. Sebaliknya, jika harga produk yang tinggi maka akan memunculkan persepsi harga yang berkualitas. Karena harga diartikan sebagai sejumlah uang yang ditukarkan atau jumlah nilai tukar pelanggan yang ditentukan dalam memanfaatkan suatu produk atau jasa pelayanan. Harga juga lebih dari sebuah angka karena, harga sebagai penentu keputusan penjual atau pembeli untuk memberikan atau memperoleh informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Charly Hongdiyant0, Teman Koesmono, Dyna Rachmawati. 2023. The Influence of Perceived Price, Product Quality and Service Quality towards KFC Consumer Satisfaction in Indonesia. *International Journal of Science and Management Studies (IJSMS)*. Volume: 6 Issue: 6. E-ISSN: 2581-5946.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329-346.
- Hutauruk, S. L. B., & Sitorus, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Di Kota Batam. *eCo-Buss*, 5(2), 484-495.
- Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(3), 1281-1288.
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19-28.
- Jennifer et al. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Instan dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*. E-ISSN 2623-1719. P-ISSN 1693-6876.
- Khuswati Enny, Dessy Triana Relita. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Bhakti Lestari Kecamatan Sungai Tebelian. *JURKAMI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*. e-ISSN 2541 - 0938. p-ISSN 2657-1528.
- Karina Prameswari, Mas Oetarjo. 2022. Pengaruh Food Quality, Brand Image dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kue Lapis Kukus Surabaya (Studi Konsumen Lapis Kukus Surabaya di Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo). *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*. Vol: 1, No 4. Page: 1-15.

- Mevitasari Adinda et al. 2024. Menciptakan Kepuasan Pelanggan Melalui Pengelolaan Persepsi Harga dan Kualitas Layanan di Mie Gacoan. Prosiding SENAM 2024: Ekonomi & Bisnis. Vol 4. ISSN: 2808-2826 online. pp. 149-160.
- Muhammad Tohir et al. 2023. Pengaruh Sistem Informasi Manajemen, Pada Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. JPMPT (Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Penelitian Terapan). Vol. 1, No. 4. e-ISSN: 2964-2876, p-ISSN: 2964-9579.
- Ruliarto, H. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatandimasa Pandemi Covid 19. *Panorama Nusantara*, 15(2), 14-25.
- Siswadi, F., Muharam, H., & Hannan, S. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Perpustakaan Institut Pertanian Bogor). *Jurnal Pustakawan Indonesia*, 18(1), 42-50.
- Sri Mutiara, Rahmad Solling Hamid, Ahmad Suardi. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi&EkonomiSyariah*. Vol4No1.E-ISSN:2599-3410.P-ISSN: 2614-3259.
- Wanandi M. Basofi Fitra et al. 2024. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk dan Harga.JPMPT (Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Penelitian Terapan). Vol. 2, No. 4. DOI: