

PENGARUH KEWAJARAN HARGA DAN KUALITAS JASA TERHADAP PENETAPAN HARGA JASA PADA CLEDS.ID SIDOARJO

Desak Kade Sheila Indita¹, Wulandari Harjanti², Rika Yulianti³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya, Indonesia

email: sheilaindita11@gmail.com, dra.wulandariong@gmail.com, rikayulianti@gmail.com

Article Info

Article history:

Received : 28 - 08, 2026

Revised : 07 - 09, 2026

Accepted : 28 - 09, 2026

Keywords:

price fairness, service quality, service pricing, Cleds.id.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effects of price fairness and service quality on service pricing at Cleds.id Sidoarjo, both partially and simultaneously. This research employed a quantitative approach with an associative research design. The population consisted of 182 Cleds.id member customers who claimed their membership benefits during January–December 2025. A sample of 125 respondents was selected using the Slovin formula and purposive sampling. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using SPSS, including multiple linear regression, t-test, F-test, and the coefficient of determination. The results indicate that price fairness and service quality individually have positive and significant effects on service pricing, with regression coefficients of 0.710 and 0.279, respectively. Simultaneously, both variables have a significant effect on service pricing, with an F-statistic of 300.927 and a p-value below 0.001. The coefficient of determination of 0.831 indicates that 83.1% of the variation in service pricing is explained by price fairness and service quality, while the remaining 16.9% is attributable to factors outside the research model. These findings highlight the importance of considering customer perceptions of price fairness and service quality when evaluating pricing policies in the shoe-care service industry.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



*Corresponding Author:

Desak Kade Sheila Indita*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya, Indonesia

Email: sheilaindita11@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Persaingan dalam industri jasa perawatan sepatu (*shoe care*) menuntut perusahaan untuk menjaga kualitas layanan dan menetapkan harga yang dapat diterima pelanggan. Kajian mengenai usaha jasa dan kualitas pelayanan juga menempatkan fasilitas serta pelayanan sebagai aspek yang dapat mendukung pengalaman pelanggan (Bulu & Yulianti, 2025). Oleh karena itu, kewajaran harga dan kualitas jasa menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan perusahaan dalam menjalankan usahanya.

Cleds.id merupakan perusahaan jasa perawatan sepatu yang berdiri pada 23 Agustus 2018 dan memiliki tujuh workshop di wilayah Sidoarjo dan Surabaya pada 2026. Berdasarkan data internal perusahaan, harga layanan *Kids Shoes* dan *Women Shoes* meningkat dari Rp25.000 pada 2024 menjadi Rp30.000 pada 2025. Selain itu, layanan *Express Cleaning* dan *Special Cleaning* sama-sama dikenakan tarif Rp50.000, meskipun estimasi waktu pengerjaannya berbeda, yaitu satu hari dan lima hari. Di sisi lain, sebagian pelanggan menilai harga Cleds.id relatif lebih mahal dibandingkan kompetitor, sedangkan pelanggan lainnya tetap menggunakan

jasa perusahaan karena menilai kualitas pelayanan dan hasil pengerjaan sesuai dengan harga yang dibayarkan. Fenomena tersebut menunjukkan pentingnya mengkaji kewajaran harga dan kualitas jasa dalam kaitannya dengan penetapan harga jasa.

Penelitian terdahulu telah membahas kewajaran harga dan kualitas layanan dalam berbagai konteks. (Sartika et al., 2025), menemukan bahwa kualitas layanan dan kewajaran harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Rahmawati & Wiwoho, 2026), juga menunjukkan bahwa kualitas jasa dan kewajaran harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan. Penelitian (Milansari et al., 2021), mengkaji harga dan kualitas produk terhadap minat beli, sedangkan (Wahjoedi et al., 2022) meneliti persepsi harga dan kualitas produk dalam kaitannya dengan kepuasan serta loyalitas pelanggan. (Khotimah et al., 2021) juga membahas harga, kualitas produk, dan promosi sebagai faktor yang berhubungan dengan keputusan pembelian. Meskipun penelitian tersebut relevan, kajian mengenai pengaruh kewajaran harga dan kualitas jasa terhadap penetapan harga jasa secara kuantitatif pada usaha perawatan sepatu, khususnya Cleds.id Sidoarjo, masih perlu dikembangkan.

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kewajaran harga dan kualitas jasa terhadap penetapan harga jasa pada Cleds.id Sidoarjo, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian terkait penetapan harga jasa serta menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengevaluasi kebijakan harga dengan memperhatikan persepsi pelanggan terhadap kewajaran harga dan kualitas jasa.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Akuntansi, Akuntansi Manajemen, dan Harga

Akuntansi merupakan sistem informasi yang menyediakan informasi relevan untuk membantu pihak berkepentingan memahami kondisi dan kinerja perusahaan (Harrison et al., 2024). Salah satu bidangnya adalah akuntansi manajemen, yang berperan dalam menyediakan informasi bagi manajemen untuk mendukung perencanaan, pengendalian, evaluasi, dan pengambilan keputusan. Dalam perusahaan jasa, informasi biaya dan kondisi operasional dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam menentukan tarif yang sesuai dengan tujuan perusahaan. Penilaian konsumen terhadap harga juga dapat berkaitan dengan kualitas dan manfaat yang diterima, sebagaimana dibahas oleh (Milansari et al., 2021), (Wahjoedi et al., 2022), dan Khotimah, (2021) (Suratminingsih et al., 2024) serta (Surya et al., 2023) membahas pentingnya informasi biaya dalam mendukung pengambilan keputusan manajerial. Dengan demikian, akuntansi manajemen dan konsep harga menjadi landasan yang relevan untuk memahami keputusan penetapan tarif jasa pada Cleds.id.

2.2. Kewajaran Harga

Kewajaran harga (*price fairness*) merupakan persepsi pelanggan mengenai apakah harga yang ditetapkan perusahaan dianggap adil dan sebanding dengan manfaat yang diterima. (Pahrudin et al., 2026) menjelaskan bahwa kewajaran harga berkaitan dengan penilaian konsumen terhadap keadilan harga dibandingkan dengan nilai yang diperoleh. Lestari, (2025) juga menekankan pentingnya transparansi harga serta kesesuaian harga dengan kualitas layanan yang diterima pelanggan. Sejalan dengan itu, (Milansari et al., 2021), membahas keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat, serta daya saing harga sebagai aspek yang dipertimbangkan konsumen. (Wahjoedi et al., 2022), turut mengkaji persepsi harga dalam hubungan dengan evaluasi pelanggan.

Dalam penelitian ini, kewajaran harga diukur melalui empat indikator, yaitu transparansi harga, perbandingan harga dengan pesaing, kesesuaian harga dengan kualitas jasa, dan kewajaran harga secara keseluruhan. Indikator tersebut digunakan untuk menggambarkan penilaian pelanggan Cleds.id terhadap keadilan dan kesesuaian tarif jasa yang dibayarkan.

2.3. Kualitas Jasa

Kualitas jasa merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas jasa dapat dinilai melalui hasil layanan dan proses pelayanan yang diterima pelanggan, termasuk keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan. (Sartika et al., 2025), menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Suryaningtyas et al., 2022), juga mengkaji kualitas pelayanan sebagai salah satu faktor yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan, sedangkan (Bulu & Yuliasuti, 2025), membahas fasilitas dan pengalaman tamu dalam konteks jasa perhotelan.

Dalam penelitian ini, kualitas jasa diukur menggunakan lima indikator, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Kelima indikator tersebut digunakan untuk menggambarkan penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Cleds.id dalam proses perawatan dan pencucian sepatu.

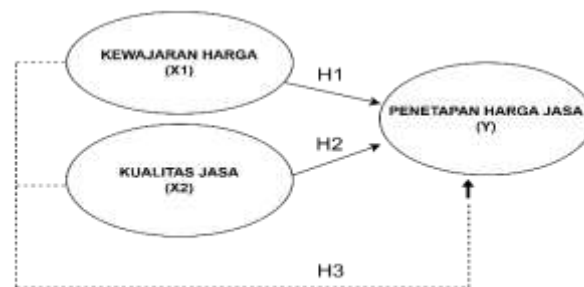
2.4. Penetapan Harga Jasa

Penetapan harga jasa merupakan keputusan perusahaan dalam menentukan tarif layanan dengan mempertimbangkan informasi biaya, manfaat yang diberikan, kondisi pasar, dan harga pesaing. Ramadhani,

(2026), menunjukkan bahwa informasi biaya dapat menjadi dasar awal dalam menentukan harga jasa, sedangkan faktor nonbiaya, seperti daya beli pelanggan dan harga pesaing, turut dipertimbangkan dalam praktik penetapan tarif. Dari sisi pelanggan, penilaian harga juga dapat berkaitan dengan kesesuaian harga terhadap kualitas dan manfaat yang diterima (Milansari et al., 2021) serta (Wahjoedi et al., 2022)

Dalam penelitian ini, variabel penetapan harga jasa diukur berdasarkan persepsi pelanggan melalui empat indikator, yaitu keterjangkauan harga, konsistensi harga, kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima, dan penerimaan harga. Keempat indikator tersebut digunakan untuk menilai bagaimana pelanggan memandang harga jasa yang diberlakukan Cleds.id.

2.5. Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis



Gambar 1. kerangka konseptual

Mengacu pada kerangka konseptual yang sudah dipaparkan, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan dan diperkuat dengan temuan penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. H1: Kewajaran harga berpengaruh terhadap penetapan harga jasa pada Cleds.id Sidoarjo, Dasar konseptualnya berkaitan dengan penelitian Lestari, (2025) dan (Sartika et al., 2025), mengenai kewajaran harga dalam evaluasi pelanggan, serta (Milansari et al., 2021) yang membahas pertimbangan konsumen terhadap harga.
2. H2: Kualitas jasa berpengaruh terhadap penetapan harga jasa pada Cleds.id Sidoarjo, Hipotesis ini didukung secara konseptual oleh (Sartika et al., 2025) dan (Suryaningtyas et al., 2022) ,yang membahas kualitas layanan dalam kaitannya dengan evaluasi pelanggan, serta (Bulu & Yuliastuti, 2025) mengenai fasilitas dan pengalaman pelanggan dalam konteks jasa.
3. H3: Kewajaran harga dan kualitas jasa secara simultan berpengaruh terhadap penetapan harga jasa pada Cleds.id Sidoarjo, Secara konseptual, penelitian (Rahmawati & Wiwoho, 2026), Lestari, (2025), dan (Wahjoedi et al., 2022), membahas hubungan persepsi harga dan kualitas dengan evaluasi pelanggan. Penelitian (Milansari et al., 2021) serta (Khotimah et al., 2021) juga mengkaji harga bersama faktor lain dalam keputusan atau minat konsumen.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk menguji pengaruh kewajaran harga dan kualitas jasa terhadap penetapan harga jasa pada Cleds.id Sidoarjo. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini mengolah data numerik yang diperoleh dari responden dan menganalisis hubungan antarvariabel menggunakan teknik statistik. Pengujian dilakukan terhadap kewajaran harga (X1) dan kualitas jasa (X2), baik secara parsial maupun simultan, terhadap penetapan harga jasa (Y).

Populasi penelitian adalah 182 pelanggan member Cleds.id yang melakukan klaim member selama periode Januari–Desember 2025 pada empat workshop di wilayah Sidoarjo, yaitu Sidoarjo Kota, Buduran, Medaeng, dan Pabean. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan sebesar 5%, sehingga diperoleh 125 responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria responden meliputi pelanggan yang terdaftar sebagai member Cleds.id, melakukan klaim member selama periode Januari–Desember 2025, telah melakukan transaksi minimal empat kali, dan bersedia mengisi kuesioner penelitian Sugiyono, (2022).

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Forms* kepada pelanggan yang memenuhi kriteria responden. Pengumpulan data dilakukan pada 2–8 Juli 2026. Kuesioner menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terhadap kewajaran harga, kualitas jasa, dan penetapan harga jasa. Wawancara dan

observasi digunakan sebagai informasi pendukung mengenai kondisi operasional serta pelayanan Cleds.id. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen internal perusahaan, buku, dan artikel ilmiah yang relevan dengan penelitian.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Tahapan analisis meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda. Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi ketepatan serta konsistensi instrumen penelitian. Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengevaluasi kelayakan model regresi, sedangkan regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis hubungan kewajaran harga dan kualitas jasa dengan penetapan harga jasa. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen secara parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen secara simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 125 responden pelanggan member Cleds.id. Karakteristik responden berdasarkan usia, pekerjaan, frekuensi penggunaan jasa, dan workshop yang paling sering digunakan disajikan pada berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori Terbanyak	Jumlah	Presentase
Usia	17–25 tahun	51	40,8%
Pekerjaan	Karyawan swasta	55	44,0%
Frekuensi Penggunaan Jasa	4–5 kali	70	56,0%
Workshop yang Digunakan	Sidoarjo Kota	58	46,4%

Sumber: Data primer, diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden berusia 17–25 tahun (40,8%), bekerja sebagai karyawan swasta (44,0%), telah menggunakan jasa Cleds.id sebanyak 4–5 kali (56,0%), dan paling sering menggunakan workshop Sidoarjo Kota (46,4%). Karakteristik ini memberikan gambaran singkat mengenai profil responden sebelum dilakukan pengujian data dan hipotesis.

4.2. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kewajaran Harga

Variabel	Nomor Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kewajarann Harga	P1	0,633	0,175	Valid
	P2	0,612	0,175	Valid
	P3	0,765	0,175	Valid
	P4	0,824	0,175	Valid
	P5	0,757	0,175	Valid
	P6	0,801	0,175	Valid
	P7	0,780	0,175	Valid
	P8	0,773	0,175	Valid

Kewajaran Harga (X1): seluruh item ($r = 0,612-0,824$) memiliki r hitung $> r$ tabel (0,0175) maka dianggap memenuhi syarat validitas.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kualitas Jasa

Variabel	Nomor	r hitung	r tabel	Keterangan
Item				
Kualitas Jasa	P1	0,723	0,175	Valid
	P2	0,725	0,175	Valid
	P3	0,772	0,175	Valid
	P4	0,764	0,175	Valid
	P5	0,800	0,175	Valid
	P6	0,795	0,175	Valid
	P7	0,821	0,175	Valid
	P8	0,761	0,175	Valid

Kualitas Jasa (X2): seluruh item ($r = 0,723-0,827$) memiliki r hitung $>$ r tabel ($0,0175$) maka dianggap memenuhi syarat validitas.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Penetapan Harga Jasa

Variabel	Nomor	r hitung	r tabel	Keterangan
Item				
Penetapan Harga Jasa	P1	0,824	0,175	Valid
	P2	0,811	0,175	Valid
	P3	0,737	0,175	Valid
	P4	0,776	0,175	Valid
	P5	0,818	0,175	Valid
	P6	0,809	0,175	Valid
	P7	0,818	0,175	Valid
	P8	0,800	0,175	Valid

Kualitas Jasa (Y): seluruh item ($r = 0,737-0,824$.) memiliki r hitung $>$ r tabel ($0,0175$) maka dianggap memenuhi syarat validitas.

4.3. Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's	Kriteria	Kesimpulan
Alpha			
Kewajarann Harga	0,886	$> 0,60$	Reliabel

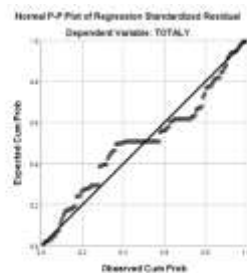
Kualitas Jasa	0,926	> 0,60	Reliabel
Penetapan Harga Jasa	0,920	> 0,60	Reliabel

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Kewajarann Harga (X1) memiliki nilai Cornbach's Alpha sebesar 0,886, variabel Kualitas Jasa (X2) sebesar 0,926, dan variabel Penetapan Harga Jasa (Y) sebesar 0,920. Seluruh nilai Cronbach's Alpha tersebut berada di atas nilai kriteria reliability, yaitu 0,60. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitiann memiliki Tingkat reliabilitas yang baik

4.4. Uji Normalitas

Tabel 6. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
N	125
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,000



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas P-P Plot

Untuk memeriksa apakah residual berdistribusi normal, digunakan uji Kolmogorov-Smirnov dan P-P Plot. Nilai Asymp. Sig. sebesar 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa residual tidak memenuhi kriteria normalitas berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov. Secara visual, titik pada P-P Plot tampak mengikuti arah garis diagonal, tetapi hasil visual tersebut tidak mengubah kesimpulan statistik dari uji Kolmogorov-Smirnov. Oleh karena itu, hasil uji normalitas perlu dicermati dalam evaluasi model regresi.

4.5. Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	Nilai Tolerance	VIF	Nilai VIF
TOTALX1	0.389	>0.10	2.568	<10
TOTALX2	0.389	>0.10	2.568	<10

a. Dependent Variabel: TOTALLY

variabel Kewajarann Harga (X1) memiliki nilai tolerance sebesar 0,389 dan VIF sebesar 2,568, sedangkan pada variabel Kualitas jasa (X2) memiliki nilai tolerance sebesar 0,389 dan VIF sebesar 2,568. Nilai tolerance kedua variabel $> 0,10$ sedangkan nilai VIF < 10 . Atas dasar pemikiran tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independent dalam penelitiann ini tidak mengalami gejala multikolinearitas.

4.6. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.424	1.076			4.113	.000
	Kewajarann Harga	-.073	.046	-.223		-1.601	.112

Kualitas Jasa	-.016	.037	-.059	-.426	.671
---------------	-------	------	-------	-------	------

a. Dependent Variabel: Abs_Res1

Diketahui bahwa variabel Kewajarann Harga (X1) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,112, sedangkan variabel Kualitas Jasa (X2) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,671. Nilai signifikansi kedua variabel tersebut > taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitiann ini tidak mengalami gejala heteoskedasititas.

4.7. Uji Analisis Linier Berganda

Tabel 9. Uji Analisis Linier Berganda

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-2.376	1.547	-	-1.536	.127
TOTALX1	.710	0.066	0.645	10.827	0.000
TOTALX2	.279	0.053	0.314	5.277	0.000

a. Dependent Variabel: TOTALLY

Analisis regresi menghasilkan persamaan: $Y = -2,376 + 0,710 X1 + 0,279X2$. Artinya, setiap kenaikan satu satuan pada Kewajaran Harga (X1) dan Kualitas Jasa (X2) masing-masing meningkatkan penilaian Penetapan Harga Jasa sebesar 0,710 dan 0,279 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.

4.8. Uji t (Parsial)

Tabel 10. Uji t (Parsial)

Tabel 10. Uji t (Partial)					
Model	Unstandardized		Standardized		Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	-2.376	1.547		-1.536	.127
KEWAJARANN	.710	.066	.645	10.827	.000
HARGA					
KUALITAS JASA	.279	.053	.314	5.277	.000

a. Dependent Variabel: PENETAPAN HARGA JASA

Melalui uji t, diketahui bahwa Kewajaran Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penetapan Harga Jasa ($t = 10,827$; $\text{sig.} = 0,000$), begitu pula Kualitas Jasa (X2) ($t = 5,277$; $\text{sig.} = 0,000$). Kedua variabel memiliki nilai signifikansi < 0,05, sehingga H1 dan H2 diterima.

4.9. Uji F (Simultan)

Tabel 11. Uji F (Simultan)

		Sum of	Mean			
Model		Squares	df	Square	F	Sig.
1	Regression	1723.445	2	861.723	300.927	.000 ^b
	Residual	349.355	122	2.864		

Total	2072.800	124
-------	----------	-----

a. Dependent Variabel: PENETAPAN HARGA JASA

b. Predictors: (Constant), KUALITAS JASA, KEWAJARAN HARGA

Berdasarkan hasil uji simultan, Kewajaran Harga dan Kualitas Jasa secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penetapan Harga Jasa pada Cleds.id ($F = 300,927$; $\text{sig.} = 0,000$). Dengan demikian, H_3 diterima karena nilai signifikansi $< 0,05$ dan F hitung $> F$ tabel ($300,927 > 3,07$).

4.10. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 12. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.912 ^a	.831	.829	1.692

a. Predictors: (Constant), KUALITAS JASA, KEWAJARAN HARGA

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai (R^2) sebesar 0,831, yang menunjukkan bahwa 83,1% variasi Penetapan Harga Jasa dapat dijelaskan oleh Kewajaran Harga dan Kualitas Jasa, sedangkan 16,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

4.11. Pembahasan

Pengaruh Kewajaran Harga terhadap Penetapan Harga Jasa

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kewajaran harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penetapan harga jasa pada Cleds.id, dengan koefisien regresi sebesar 0,710, nilai (t) sebesar 10,827, dan ($p < 0,001$). Hasil ini menunjukkan bahwa penilaian pelanggan terhadap kewajaran harga memiliki hubungan positif dengan penilaian mereka terhadap harga jasa yang diberlakukan perusahaan.

Dalam konteks Cleds.id, pelanggan dapat mempertimbangkan transparansi tarif, perbandingan dengan penyedia jasa lain, serta kesesuaian harga dengan manfaat dan kualitas perawatan sepatu yang diterima. Ketika harga dipandang wajar dan sebanding dengan manfaat layanan, pelanggan cenderung memberikan penilaian yang lebih positif terhadap harga tersebut.

Temuan ini berkaitan dengan penelitian Lestari, (2025) serta (Sartika et al., 2025), yang membahas kewajaran harga dalam kaitannya dengan evaluasi pelanggan. (Milansari et al., 2021) juga menempatkan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat, serta daya saing sebagai pertimbangan konsumen. Meskipun penelitian terdahulu tersebut menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat, hasil penelitian Cleds.id memperluas pembahasan mengenai relevansi kewajaran harga dalam penilaian pelanggan terhadap harga jasa.

Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Penetapan Harga Jasa

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap penetapan harga jasa, dengan koefisien regresi sebesar 0,279, nilai (t) sebesar 5,277, dan ($p < 0,001$). Temuan ini menunjukkan bahwa penilaian pelanggan terhadap kualitas jasa berkaitan positif dengan penilaian terhadap harga yang diberlakukan Cleds.id.

Kualitas jasa dalam usaha perawatan sepatu dapat tercermin dari hasil pengerjaan, keandalan pelayanan, daya tanggap, jaminan layanan, kondisi fasilitas, serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan. Apabila pelanggan menilai pelayanan dan hasil pengerjaan sesuai dengan harapan, harga yang dibayarkan dapat dipandang sebanding dengan manfaat yang diterima.

Hasil tersebut sejalan secara konseptual dengan (Sartika et al., 2025), dan (Rahmawati & Wiwoho, 2026) yang membahas peran kualitas jasa dalam evaluasi pelanggan. (Suryaningtyas et al., 2022) juga mengkaji kualitas pelayanan dalam hubungannya dengan kepuasan pelanggan, sementara (Bulu & Yuliastuti, 2025), membahas fasilitas dan pengalaman pelanggan pada usaha jasa. (Wahjoedi et al., 2022), menempatkan persepsi harga dan kualitas produk dalam kerangka evaluasi pelanggan. Namun, karena penelitian terdahulu tersebut berfokus pada kepuasan atau loyalitas pelanggan, kesamaan yang dapat ditarik adalah relevansi kualitas jasa dalam penilaian pelanggan, bukan kesamaan langsung pada variabel terikat.

Pengaruh Kewajaran Harga dan Kualitas Jasa terhadap Penetapan Harga Jasa

Hasil uji simultan memperoleh nilai F sebesar 300,927 dengan ($p < 0,001$). Dengan demikian, kewajaran harga dan kualitas jasa secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penetapan harga jasa pada

Cleds.id. Nilai (R^2) sebesar 0,831 menunjukkan bahwa model menjelaskan 83,1% variasi penetapan harga jasa, sedangkan 16,9% sisanya tidak dijelaskan oleh variabel yang dimasukkan dalam model.

Temuan ini menunjukkan bahwa penilaian pelanggan terhadap harga jasa berkaitan dengan dua aspek yang saling melengkapi, yaitu kewajaran tarif dan kualitas pelayanan yang diterima. Pelanggan tidak hanya mempertimbangkan besarnya biaya, tetapi juga menilai apakah tarif tersebut sebanding dengan manfaat layanan. Oleh karena itu, evaluasi harga jasa pada Cleds.id perlu memperhatikan persepsi pelanggan terhadap kewajaran harga sekaligus kualitas jasa.

Secara konseptual, temuan ini berkaitan dengan penelitian (Rahmawati & Wiwoho, 2026), (Lestari, 2025), serta (Wahjoedi et al., 2022) yang membahas persepsi harga dan kualitas dalam kaitannya dengan evaluasi pelanggan. (Milansari et al., 2021) dan (Khotimah et al., 2021), juga mengkaji harga bersama faktor lain yang berhubungan dengan respons konsumen. Penelitian Cleds.id memberikan fokus berbeda dengan menguji kedua variabel tersebut secara bersama-sama terhadap penetapan harga jasa.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kewajaran harga dan kualitas jasa terhadap penetapan harga jasa pada Cleds.id Sidoarjo, dapat disimpulkan bahwa kewajaran harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penetapan harga jasa. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi pelanggan terhadap kewajaran harga, semakin positif pula penilaian mereka terhadap harga jasa yang diberlakukan perusahaan.

Kualitas jasa juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penetapan harga jasa. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan hasil pengerjaan yang sesuai dengan harapan pelanggan berkaitan dengan penerimaan mereka terhadap harga yang dibayarkan. Secara simultan, kewajaran harga dan kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap penetapan harga jasa, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,831. Artinya, kedua variabel tersebut menjelaskan 83,1% variasi penetapan harga jasa, sedangkan 16,9% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, Cleds.id disarankan untuk mengevaluasi kebijakan harga dengan memperhatikan transparansi tarif, kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima pelanggan, serta kondisi persaingan. Perusahaan juga perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas jasa, terutama dalam keandalan pengerjaan, ketepatan waktu, daya tanggap, dan konsistensi pelayanan. Upaya tersebut diharapkan dapat memperkuat penerimaan pelanggan terhadap harga yang diberlakukan.

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi penilaian pelanggan terhadap penetapan harga jasa, serta memperluas objek dan jumlah responden agar hasil penelitian dapat dibandingkan pada konteks usaha jasa yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Bulu, a. D., & yulianti, r. (2025). Meningkatnya kualitas kepuasan tamu dengan fasilitas mewah dan lengkap di hotel midtown residence surabaya. 1(5), 37–43.
- Harrison, w., suwardy, t., tietz, w., horngren, c., & thomas, c. (2024). *Financial accounting : international financial reporting standards*. 803. https://books.google.com/books/about/financial_accounting_ebook_global_editio.html?hl=id&id=3b69eaaqbaj
- Khotimah, k. (2021). Indosat perdana *card purchase decision process on price , product quality , and promotion in malang city*. 6, 117–132.
- Lestari, s. (2025). Pengaruh kewajaran harga , kualitas layanan , dan nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap kepercayaan (studi pada pengguna maxim di semarang). 14(3), 535–547.
- Milansari, h., silmi, m. A., vhegi, s., & supriadi, i. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada usaha sweetin. 4(1), 1–10.
- Pahrudin, c., agusinta, l., & prakoso, o. S. (2026). *The effect of service quality and price fairness on consumer satisfaction through corporate image*. 14(1), 1239–1254. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v14i1.4719>
- Rahmawati, l., & wiwoho, g. (2026). *Service quality and price fairness as determinants of customer loyalty : the mediating role of customer satisfaction in service management*. 05(02), 1118–1135.
- Ramadhani, m. W. (2026). Praktik penentuan harga jasa kursus berbasis informasi biaya pada lkp emylia : perspektif akuntansi manajemen. 5(1), 9–21.
- Sartika, d. P., aqmal, d., setiawan, a., imam, j., no, b., kidul, p., tengah, k. S., semarang, k., & tengah, j. (2025).

- Pengaruh kualitas layanan , citra merek , kewajaran harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan toko dokter komputer. 5(1), 332–343.
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d.
- Suratminingsih, s., kannapadang, d., lisdawati, l., evianti, d., & pangaribuan, l. (2024). Akuntansi biaya.
- Surya, t. L., abdalla, z., nurchayati, n., erfina, l., handayani, r., rusfa, d. D. R., pradana, a., maryanto, m., & taufik, h. (2023). Buku ajar akuntansi biaya.
- Suryaningtyas, a., ida, k. M., & yulianti, r. (2022). Pengaruh kualitas produk, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada alfamart ganting sidoarjo. 1–17.
- Wahjoedi, t., harjanti, w., & rahayu, s. (2022). *Product quality and price perception on customer loyalty mediated by customer satisfaction*. 14(02), 628–636.