

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO SX SEPATAN (Studi Pada Konsumen Toko *Offline* Di Kabupaten Tangerang)

Oleh:

¹Eko Sugiyanto, ²Aditirangga, ³Unsi Fitriyah, ⁴Jessica Timmiane Abigail

^{1,2,3,4}Politeknik LP3I Jakarta

Jl. Kramat Raya No.7-9 4, RT.4/RW.2, Kramat, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

Email: edopl04@gmail.com¹, aditirangga7@gmail.com², umsinisay@gmail.com³,
abigailjessica77@gmail.com⁴

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of service quality, price and customer satisfaction partially or simultaneously. The sample for this research was 100 respondents where they were visitors to the XS Sepatan store. The technique used is total sampling. The data collection technique uses a questionnaire whose validation and reliability have been tested. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this research show that: (1) Service Quality has a positive and significant influence on Customer Satisfaction as evidenced by the Service Quality variable (X1) having a calculated t value of 3.742 > t table 1.984 with a significance level of 0.000 < 0.05. (2) Price is positive but has no influence on Customer Satisfaction as evidenced by the Price variable (X2) having a calculated t value of 1.169 < 1.984 with a significance level of 0.245 > 0.05. (3) Customer Satisfaction has a positive and significant influence. This can be proven from the calculated f value of 11, 187 > f table 3.09 with a significant value of 0.000 < 0.05. The results of the analysis are expected to provide useful information for business people in improving service quality, product pricing and customer satisfaction regarding proper business management.

Keywords: *Service Quality, Price, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan secara parsial maupun simultan. Sampel penelitian ini adalah 100 responden dimana mereka adalah pengunjung dari toko XS Sepatan. Teknik yang digunakan adalah total sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validasi dan realibilitasnya. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Pelayanan secara positif dan signifikan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dibuktikan dengan variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai t hitung 3,742 > t tabel 1,984 dengan taraf signifikan 0,000 < 0,05. (2) Harga secara positif namun tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dibuktikan dengan variabel Harga (X2) memiliki nilai t hitung 1,169 < 1,984 dengan taraf signifikan 0,245 > 0,05. (3) Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan hal ini dapat dibuktikan dari nilai f hitung 11, 187 > f tabel 3,09 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi pelaku bisnis dalam meningkatkan kualitas

pelayanan, penetapan harga produk dan kepuasan pelanggan terhadap pengelolaan bisnis secara tepat.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Dari perkembangan dunia *trend fashion* saat ini yang mengalami perubahan secara pesat sehingga banyak dari kalangan pemilik usaha *fashion* belomba = lomba menciptakan pemasaran produk pakaian yang sesuai dengan *era trend* masa sekarang untuk menarik minat konsumen. Dalam menjalankan suatu bisnis bagi para pelaku usaha harus selalu mengamati dan memahami kebutuhan konsumen. Ketika konsumen mengunjungi suatu toko bukan hanya tertarik pada produk yang ditawarkan melainkan seperti apa kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada konsumen, apabila pelaku usaha mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik hal tersebut akan menciptakan rasa nyaman yang dapat dirasakan oleh konsumen.

Menurut Arianto (2018:83) dampak positif yang dihasilkan dari pelayanan akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan untuk terus melakukan pembelian kembali (*re-buying*), yang tentunya akan meningkatkan hasil pendapatan dari produk yang telah terjual. Menurut Sunyoto (2020:130) selain memberikan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, faktor lainnya adalah harga. Ketika pelaku usaha ingin memenangkan persaingan pasar sesama industri pakaian harus mampu memberikan penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Menurut Fatihudin (2019:206) kepuasan pelanggan dapat berdampak pada hasil penjualan produk.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang akan disajikan berasal dari pengisian kuesioner kepada responden yang merupakan pengunjung toko. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko. Harapannya hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pelaku bisnis dan konsumen yang tertarik untuk terus dapat meningkatkan hasil penjualan dari kegiatan bisnis toko secara *offline*.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2016:59) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Selain itu, menurut Aria (2018:16) kualitas pelayanan menjadi komponen yang harus diketahui hal apa saja yang diperlukan ketika melayani konsumen.

Menurut Kasmir (2017:47) kualitas pelayanan menjadi komponen penting yang harus diperhatikan untuk pengendalian tingkat keunggulan dalam memberikan kualitas pelayanan prima kepada para pelanggan. Menurut Kasmir (2017:6-7) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah : jumlah tenaga kerja, banyak atau kurangnya tenaga kerja yang ada dalam suatu perusahaan, kualitas tenaga kerja, hal ini meliputi pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh tenaga kerja, motivasi karyawan, suatu dorongan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan suatu kegiatan terutama pada saat mereka bekerja. Menurut Tjiptono (2016:174) terdapat beberapa

indikator yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah : *Tangibel* (berwujud), *Emphaty* (empati) , *Responsiveness* (daya tanggap), *Reliability* (keandalan).

Harga

Menurut Alma (2017:169) mendefinisikan harga adalah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk. Selain itu menurut Nana (2015:109) dari harga yang ada dapat ditukarkan menjadi suatu barang yang diinginkan.

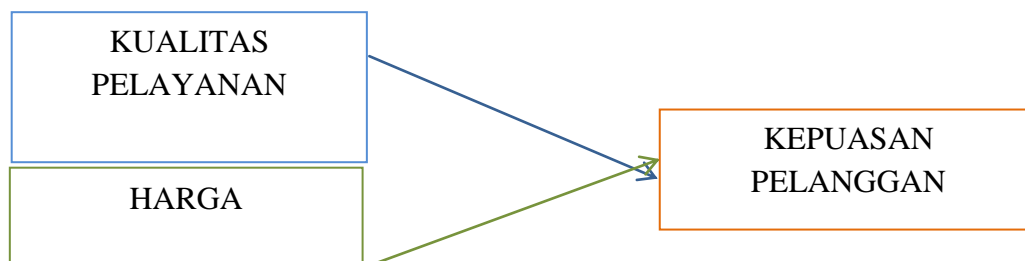
Menurut Kotler (2019:131) ketika harga ingin ditukar dengan barang yang diinginkan sehingga akan ada beban yang harus ditanggung seperti pajak pembelian produk. Menurut Kotler (2018:317) terdapat beberapa indikator harga adalah : keterjangkauan harga, harga sesuai kemampuan, kesesuaian harga dengan manfaat, dan kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Fatihudin (2019:206) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk atau jasa yang diterima. Selain itu, menurut Tjiptono (2015:146) ketika pelanggan memiliki harapan yang diinginkan maka hal tersebut harus bisa terpenuhi supaya menarik konsumen baru.

Menurut Supriyanto (2010:303) kepuasan pelanggan terjadi apabila apa yang menjadi kebutuhan, keinginan, atau harapan pelanggan dapat terpenuhi dengan baik. Menurut Indrasari (2019:87-88) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti : kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, biaya. Menurut Irawan (2008:15) terdapat beberapa indikator kepuasan pelanggan adalah perasaan puas, selalu membeli produk, akan merekomendasikan kepada orang lain, terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Data penelitian yang telah dikumpulkan dari sumber primer melalui pengisian kuesioner yang diukur dengan skala likert sebagai data pendukung yang berasal dari penelitian terdahulu dinamakan sumber data sekunder. Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik total sampel dimana seluruh jumlah populasi dijadikan responden kuesioner penelitian..

Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap dari berbagai pendapat setiap individu responden terhadap suatu pernyataan yang menjadi subjek penelitian. Berikut ini adalah tabel skala likert yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1
Skala Likert

| Alternatif Jawaban | Bobot |
|---------------------|-------|
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Ragu – Ragu | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

Sumber : Sugiyono (2018:49)

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung toko *offline* SX Sepatan di Kabupaten Tangerang yang sering mengunjungi toko untuk membeli suatu produk yang mereka inginkan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Sampel yang digunakan penelitian ini sejumlah 100 responden pengunjung toko SX Sepatan yang berusia 10 – 25 tahun yang berkunjung ke toko.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini sebagai untuk menguji tingkat ketepatan instrumen dalam mengukur variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan. Perhitungan uji ini menggunakan analisis korelasi pearson dengan program SPSS. Keputusan mengenai butir item yang dinyatakan valid dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel, jika r hitung $>$ r tabel maka hasil butir item dinyatakan valid. Penelitian ini memiliki sampel sebesar $(n) = 100$ untuk melihat r tabel dengan cara menghitung dengan rumus $df = (n-2) = 100 - 2 = 98$ dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah sebesar 0,05 sehingga penelitian ini untuk nilai r tabel adalah 0,1966.

Dari hasil perhitungan uji validitas menggunakan SPSS versi 25 hasilnya adalah r hitung $>$ r tabel sehingga variabel penelitian ini dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen bertujuan untuk mengetahui besarnya indeks kepercayaan instrumen dari variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan. Perhitungan uji ini dilakukan setelah dilakukan uji validitas dan diperoleh butir pernyataan yang valid selanjutnya dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan rumus cronbach alpha. Untuk mengetahui bahwa instrumen reliable jika nilai r Cronbach Alpha $>$ 0,6. Dari analisis dengan program SPSS diperoleh uji reliabilitas seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel Penelitian | Nilai Cronbach Alpha |
|-------------------------|----------------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0,85 |
| Harga (X2) | 0,86 |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | 0,78 |

Sumber: Hasil SPSS versi 25, 2024

Dapat dilihat dari tabel hasil uji reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,6.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Untuk menguji data dalam suatu penelitian digunakan uji normalitas supaya mengetahui hipotesis yang ada dapat diterima atau tidak diterima dengan cara membandingkan p-value dengan taraf signifikansi (α) sebesar 0,05, jika p-value > 0,05 maka data bersifat normal. Dari analisis menggunakan program SPSS versi 25 diperoleh hasil uji normalitas sebagai berikut.

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|--|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 3,72522609 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,056 |
| | Positive | ,046 |
| | Negative | -,056 |
| Test Statistic | | ,056 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,200 ^{c,d} |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | |
| d. This is a lower bound of the true significance. | | |

Sumber: Hasil SPSS Versi 25, 2024

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat besaran tolerance value dan variance inflation factor (VIF). Dari hasil perhitungan yang diperoleh dari SPSS sebagai berikut.

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

| Coefficients ^a | | | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 19,924 | 3,227 | | 6,173 | ,000 | | |
| | Kualitas Pelayanan | ,316 | ,085 | ,373 | 3,742 | ,000 | ,842 | 1,187 |
| | Harga | ,101 | ,086 | ,117 | 1,169 | ,245 | ,842 | 1,187 |

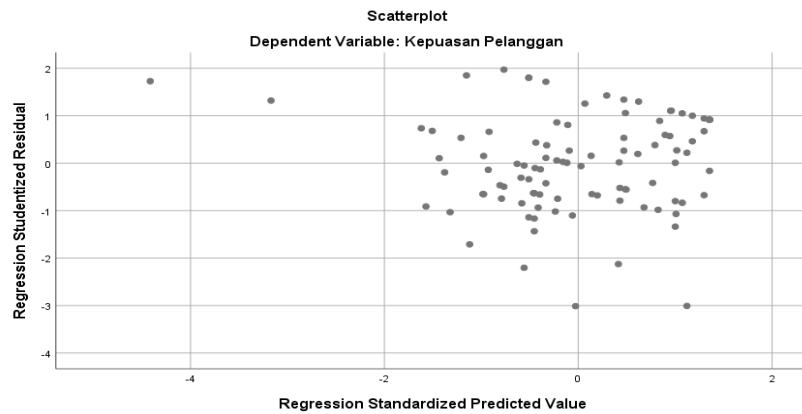
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil SPSS Versi 25, 2024

Dari hasil perhitungan uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 (10%). Hasil perhitungan menunjukkan nilai VIF kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi kesamaan variabel (homokedastisitas) dari residual satu ke pengamatan lain. Jika asumsi ini tidak terpenuhi, maka terjadi heteroskedastisitas. Dari hasil uji ini menggunakan metode Scatterplot, jika penyebaran data scatterplot tidak teratur maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas namun jika penyebaran data scatterplot teratur dan membentuk pola tertentu maka terjadi masalah heteroskedastisitas.



Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil gambar 2 uji heteroskedastisitas dapat dilihat titik - titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar secara luas. Sehingga penelitian ini tidak terjadi masalah heteorskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Perhitungan analisis regresi linier berganda ini menggunakan program SPSS dan hasil yang diperoleh dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 5
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 19,924 | 3,227 | | 6,173 | ,000 |
| | Kualitas Pelayanan | ,316 | ,085 | ,373 | 3,742 | ,000 |
| | Harga | ,101 | ,086 | ,117 | 1,169 | ,245 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil SPSS Versi 25, 2024

Berdasarkan nilai hasil perhitungan regresi berganda di atas maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$, $Y = 19,924 + 0,316x_1 + 0,101x_2$ dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

- Nilai konstanta sebesar 19,924 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kepuasan pelanggan belum dipengaruhi oleh variabel lainnya.
- Nilai Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,316 menunjukkan bahwa variabel ini mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.
- Nilai Harga (X2) sebesar 0,101 menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

Uji Signifikansi

Uji Parsial (Uji T)

Dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh masing - masing variabel bebasnya secara sendiri (parsial) terhadap variabel yang terikat. Jika nilai t memiliki signifikan $< 0,05$ maka terdapat pengaruh secara terikat dari variabel independen

terhadap dependen namun jika nilai t memiliki signifikan $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh secara terikat dari variabel independen terhadap dependen. Untuk mencari nilai T tabel dengan cara $df = N - 2 = 100 - 2 = 98$ dengan nilai t tabel sebesar 1,984 Hasilnya dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 6
Hasil Uji T

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 19,924 | 3,227 | | 6,173 | ,000 |
| | Kualitas Pelayanan | ,316 | ,085 | ,373 | 3,742 | ,000 |
| | Harga | ,101 | ,086 | ,117 | 1,169 | ,245 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil SPSS versi 25. 2024

Diketahui hasil signifikansi Kualitas Pelayanan angkanya sebesar $0,000 < 0,005$ dan t hitung $3,742 > 1,984$ artinya variabel kualitas pelayanan mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan. Nilai angka signifikan variabel Harga sebesar $0,245 > 0,000$ dan t hitung $1,169 < 1,984$ artinya variabel harga tidak memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F merupakan pengujian hipotesis yang dilakukan secara bersamaan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan nilai f tabel = $Df1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$, $Df2 = n - k = 100 - 3 = 97$ dengan tingkat kesalahan 5% atau 0,05 maka f tabel senilai 3,09. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis memiliki pengaruh namun jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis tidak memiliki pengaruh. Hasil perolehan uji F dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 7
Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 316,906 | 2 | 158,453 | 11,187 | ,000 ^b |
| | Residual | 1373,854 | 97 | 14,163 | | |
| | Total | 1690,760 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil SPSS Versi 25, 2024

Berdasarkan hasil dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $(11,187) > f$ tabel $(3,09)$. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

PENUTUP

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel X1 (Kualitas Pelayanan) memiliki nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ artinya kualitas pelayanan dapat dipengaruhi secara efektif oleh kepuasan pelanggan.
2. Variabel X2 (Harga) memiliki nilai signifikansinya sebesar $0,245 > 0,000$ berarti harga tidak serta merta efektif dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi secara efektif oleh kualitas pelayanan dan harga secara simultan atau bersamaan.

Sebaiknya harga dapat dibuat semenarik mungkin dengan sering menawarkan harga promo namun masih dalam harga dengan melihat harga pesaing agar tidak berkurang kepuasan mereka ketika membeli produknya ataupun menerapkan sistem gratis pembelian terhadap produk tertentu supaya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan ketika membeli produk sesuai keinginan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Aria, M. (2018). *Tata Kelola dan Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi PT. BAM*. Jurnal Institusi Politeknik Ganesha. Medan. <https://www.jurnal.polgan.ac.id/index.php/juripol/article/download/86/51>
- Arianto, N. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt n Paper Pada PT Mitra Busana Sentosa Bintaro*. Jurnal Kreatif : Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan. Vol. No. 2. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/kreatif/article/view/1264>
- Didin, Fatihudin (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta. CV Budi Utama.
- Fandy, Tjiptono. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kotler, P. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta. Bandung.

Sunyoto, D. (2020). *Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran Ketiga*. CAPS (*Center of Academic Publishing Service*).

Yuliarmi. (2019). *Metode Riset Jilid 2*. CV Sastra Utama. Bali.