

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO MUNAYA BANYUURIP PURWOREJO

Eka Susanti

Program Studi Pendidikan Ekonom Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Purworejo
echa_syanty@ymail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Munaya Banyuurip Purworejo baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini selama 1 bulan dengan populasi sebanyak 900 pelanggan, dan menggunakan rumus slovin diperoleh sampel berjumlah 90 pelanggan. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis korelasi parsial dan korelasi ganda. Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tergolong sangat baik dengan persentase terbesar 58,89 %, 66,67 %, dan 83,33 %. Hasil analisis kuantitatif menunjukkan (1) variabel harga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 14,67% ($r_{x_1y}=0,383$; $t_{hitung} 3,869$; $sig \leq 0,05$), (2) variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 25,70% ($r_{x_2y}=0,507$; $t_{hitung} 5,484$; $sig \leq 0,05$), (3) variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 44,00% ($R=0,663$; $R^2=0,440$; $sig \leq 0,05$). Hasil uji regresi ganda yaitu $Y=14,612+0,237x_1+0,372x_2$. Pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 44,00% dan sisanya 56,00% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

A. PENDAHULUAN

Di dalam dunia bisnis semakin lama semakin berkembang, dimana perkembangan pesat tersebut juga mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Persaingan yang ketat dalam perdagangan tidak saja menerpa pada satu jenis perusahaan saja, namun juga berlaku pada hampir semua jenis perusahaan. Untuk meraih posisi yang lebih baik maka setiap perusahaan harus memperhatikan kepuasan konsumen dengan cara

memberikan pelayanan yang terbaik. Masyarakat sebagai konsumen tentu selalu mengharapkan adanya pelayanan yang baik dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya, dengan berkembangnya ekonomi, teknologi dan daya pikir masyarakat konsumen pasti menyadari bahwa diri ini mempunyai hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik serta biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harus sesuai dengan yang diharapkan, sehingga dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut harus diiringi oleh tingkat kepuasan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain faktor harga dan kualitas pelayanan.

Rangkuti, Freddy (2013:7) menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya”. Menurut Arifin, Imamul & Giana Hadi (2007:74), harga adalah kompensasi yang harus dilakukan untuk mendapatkan sejumlah barang dan jasa. Dalam menetapkan harga produk, produsen harus memperhitungkan biaya produksi sehingga tidak terlalu tinggi atau rendah yang akan mempengaruhi konsumen dan produsen sendiri dalam mendapatkan keuntungan. Menurut Goetsch & Davis dalam Tjiptono, Fandy (2008: 82) bahwa “kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Sedangkan definisi pelayanan yang dikemukakan oleh Gronroos dalam Septi Winarsih, Atik & Ratminto (2009:2) “pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian yang bersifat kasat mata (tidak dapat di raba) yang terjadi sebagai akibat antara adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang di sediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan”. Kualitas pelayanan merupakan suatu aktivitas yang disediakan perusahaan pemberi pelayanan dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan agar sesuai dengan harapan mereka. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, pelanggan yang merasa puas akan membeli ulang

serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat tersebut. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Menurut Tjiptono, Fandy (2008: 95) “terdapat lima dimensi *service quality* yaitu *reliability, responsiveness, assurance empathy dan tangibles*”.

Toko Munaya yang berlokasi di Pasar Kenteng No. 21 & 22 Kledungkradenan, Banyuurip, Purworejo merupakan toko yang bergerak dalam bidang penjualan busana muslim yang menyediakan berbagai jenis produk seperti jaket resmi syekermania, jaket resmi ahbaabul musthofa, kaos syekermania, sorban halus, baju koko, gamis, sarung, peci, mukena, kerudung, alat rebana dan berbagai asesoris yang terbuat dari kayu kokka (gelang, kalung, tasbih dan cincin).

Permasalahan yang hendak di kaji dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Munaya Banyuurip Purworejo. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Munaya Banyuurip Purworejo.

Tinjauan pustaka yang digunakan yaitu penelitian dari Haryono, Wahyuni dan Darunanto (2016) dengan judul “Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Dms Tour and Travel” menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga (X_1) dengan kepuasan pelanggan (Y) dan penelitian dari Setiyanto, Muh Amin Choiri (2015) dengan judul “Kualitas Pelayanan (Service Quality) dan Pengaruh Harga (Price) terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rsu Dr Moewardi Surakarta” menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien (Y).

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Toko Munaya Banyuurip Purworejo pada bulan Juni 2018. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 900 pelanggan selama 1 bulan dan diperoleh sampel sebanyak 90 responden menggunakan rumus slovin $n = \frac{N}{1+N\varepsilon^2}$ (Suliyanto,2009:100). Penentuan sampel yang di tetapkan peneliti menggunakan tingkat kekeliruan pengambilan sampel sebesar 10%. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode angket/kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis korelasi parsial dan korelasi ganda.

C. PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel harga pada Toko Munaya Banyuurip Purworejo tergolong sangat baik dengan persentase terbesar 58,89 %, Variabel Kualitas Pelayanan pada Toko Munaya Banyuurip Purworejo tergolong sangat baik dengan persentase terbesar 66,67 %, dan Kepuasan Pelanggan pada Toko Munaya Banyuurip Purworejo tergolong sangat baik dengan persentase terbesar 83,33 %.

Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Munaya Banyuurip Purworejo maka dilakukan analisis korelasi *Product moment*. Hasil analisis data secara kuantitatif *coefficient* dalam penelitian ini menggunakan komputer *SPSS 16,0 For Windows* dan hasilnya bisa dilihat pada tabel 12 berikut ini :

Tabel 12
Hasil Analisis Data Secara Kuantitatif Coefficient

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	14.612	2.557		5.714	.000			
Harga	.237	.061	.331	3.869	.000	.496	.383	.310
Kualitas_Pelayanan	.372	.068	.470	5.484	.000	.586	.507	.440

a. Dependent Variable:
Kepuasan_Pelanggan

Berdasarkan tabel 12 diatas, pengaruh harga (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y), diperoleh koefisien korelasi r sebesar 0,383 setelah diuji t diketahui thitung = 3,869 dengan sig = 0,000 < 0,05. Karena sig 0,000<0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Toko Munaya Banyuurip Purworejo (Y). Hal tersebut berarti bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga sebesar 14,67% ($r^2=0,1467$). Sedangkan pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y), diperoleh koefisien korelasi r sebesar 0,507 setelah diuji t diketahui thitung = 5,484 dengan sig = 0,000 < 0,05. Karena sig 0,000<0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Toko Munaya Banyuurip Purworejo (Y). Hal tersebut berarti bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 25,70% ($r^2=0,2570$). Hasil uji regresi ganda diperoleh koefisien harga (X_1) sebesar 0,237 dan kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,372 serta bilangan constanta (a) sebesar 14,612 dengan persamaan $Y=14,612+0,237x_1+0,372x_2$

Uji korelasi simultan dalam penelitian ini menggunakan komputer *SPSS 16,0 For Windows* dan hasilnya bisa dilihat sebagai berikut ini:

Tabel 13

Hasil Ringkasan Model Summary untuk Uji Signifikan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.663 ^a	.440	.427	1.76013	.440	34.176	2	87	.000

a. Predictors: (Constant), Kualtas_Pelayanan, Harga

Sumber : data yang di olah

Berdasarkan tabel 13 diperoleh koefisien korelasi ganda (R) = 0,663 sehingga diperoleh koefisien determinasi ganda (R^2) = 0,440 Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan bersama-sama dipengaruhi oleh harga

dan kualitas pelayanan sebesar 44,00% sedangkan sisanya 56,00% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Tabel 14
Hasil Ringkasan ANOVA untuk uji signifikan
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	211.757	2	105.879	34.176	.000 ^a
	Residual	269.532	87	3.098		
	Total	481.289	89			

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 34,176 dengan sig. 0,000. Karena nilai probabilitas (sig.) $0,000 < 0,05$ maka signifikan, dan R^2 sebesar 0,440 maka dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) sebesar 44,00% (lihat tabel 13). Dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Toko Munaya Banyuurip Purworejo.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dapat diketahui bahwa harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Toko Munaya Banyuurip Purworejo adalah tergolong sangat baik dengan presentase sebesar 58,89%, 66,67% dan 83,33%. Hasil analisis kuantitatif menunjukkan bahwa (1) variabel harga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 14,67% ($r_{x_1y} = 0,383$; $t_{hitung} 3,869$; sig $\leq 0,05$), (2) variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 25,70% ($r_{x_2y} = 0,507$; $t_{hitung} 5,484$; sig $\leq 0,05$), (3) variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 44,00% ($R = 0,663$; $R^2=0,440$; sig $\leq 0,05$). Hasil uji regresi ganda bahwa koefisien harga (X_1) sebesar 0,237 dan

kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,372 serta bilangan constanta (a) sebesar 14,612 dengan persamaan $Y = 14,612 + 0,237x_1 + 0,372x_2$. Pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 44,00% dan sisanya 56,00% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara keseluruhan harga dan kualitas pelayanan yang diberikan Toko Munaya tergolong sangat baik. Namun ada beberapa point yang harus ditingkatkan oleh Toko Munaya dalam segi harga, salah satu caranya yaitu dengan memberikan penawaran harga yang lebih baik lagi kepada pelanggan. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan di harapkan juga memperhatikan faktor-faktor lain kepuasan pelanggan selain faktor yang telah diteliti oleh peneliti. Dengan demikian, kepuasan yang diberikan kepada pelanggan akan semakin baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Imamul & Giana Hadi. 2007. *Membuka Cakrawala Ekonomi*. Bandung: PT Setia Purna Inves. Diakses dari https://books.google.co.id/books?id=c_2ivotsvjsc&printsec=frontcover&dq=membuka+cakrawala+ekonomi&hl=en&sa=x&ved=0ahukewicjo_u-6tcaxexyskhfl6dfwq6aeiltab#v=onepage&q=membuka%20cakrawala%20ekonomi&f=false
- Haryono, Wahyuni dan Darunanto. 2016. *Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Dms Tour And Travel*. vol.2 (2), 19 halaman.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Customer Service Satisfation & Call Center*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Diakses dari <https://books.google.co.id/books?id=bqbldwaaqbaj&printsec=frontcover&dq=rangkuti&hl=en&sa=x&ved=0ahukewi-zl6b-6tcavvooiskhzyxadwq6aeiodac#v=onepage&q=rangkuti&f=false>
- Septi Winarsih, Atik & Ratminto. 2009. *Manajemen Pelanggan*. Jakarta: Pustaka Pelajar.

Setiyanto, Muh Amin Choiri. 2015. *Kualitas Pelayanan (Service Quality) Dan Pengaruh Harga (Price) Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di RSUD Dr. Moewardi Surakarta*. vol.1 (2), 6 halaman.

Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Managemen*. Yogyakarta: CV Andi Offset.