

**PENGARUH KEBIJAKAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA CV.K3 MART
CAB. SETIA BUDI MEDAN**

Lamminar Hutabarat

Fakultas Ekonomi Universitas Dharma Agung

ABSTRAK

Perkembangan industri minimarket di Medan yang cukup pesat menambah semakin ketatnya persaingan antara perusahaan retail, dimana setiap perusahaan berlomba-lomba menarik konsumen melalui tawaran yang unggul dibandingkan pesaing dan mempertahankan konsumen. Adapun jenis data dari penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu keseluruhan informasi yang dikumpulkan dan dinyatakan dengan angka-angka seperti jumlah pelanggan yang berkunjung ke K3 Mart Cab. Setia Budi Medan selama 1 bulan. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah pembagian kuesioner (Angket) di CV. K3 Mart Cab Setia Budi Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Ada pengaruh Kebijakan harga terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 9,103 > 0,67746$ dengan signifikan. (2) Ada pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. K3 Mart Cab Setia Budi Medan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 1,037 > 0, > 0,67746$ dengan. (3) Ada pengaruh Kebijakan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan $f_{hitung} > f_{tabel} (51,215 > 3,96)$ dan Tingkat Signifikannya $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa Kebijakan harga dan kualitas pelayanan bersama-sama mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan

Kata kunci : Kebijakan Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Produk dan layanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan pelanggan akan semakin tinggi. Konsumen secara tidak langsung merupakan bagian terpenting dalam perusahaan. Pada dasarnya perusahaan menjalankan bisnisnya hanya untuk kepuasan konsumen. Jika konsumen tidak puas, maka bisnis akan terganggu.

Konsumen yang merasa puas akan pelayanan dari suatu perusahaan maka akan menjadi pelanggan tetap.

Menurut Rangkuti (2002:23), “Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian”.

Salah satu yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terutama dalam pembelian adalah harga. Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu dalam permintaan pasar. Menurut Daryanto dalam jurnal Rumondor (2013:62), Harga adalah jumlah uang yang

ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk. Konsumen puas dari produk yang ditawarkan maka dengan sendirinya konsumen akan mencoba memilih dan membandingkan harga yang ditawarkan produk lain yang sejenis sebelum konsumen tersebut memutuskan untuk membeli produk tersebut. Jika konsumen merasa cocok dengan harga yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian.

Selain harga, suatu pelayanan dikatakan berkualitas apabila pelayanan tersebut mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan yang menerima pelayanan karena pada dasarnya kepuasan pelanggan akan selalu terkait dengan pelayanan yang terbaik dan sesuai dengan standarisasi yang ada di setiap perusahaan, yakni bagaimana menunjukkan suatu sikap pelayanan atau cara karyawan dalam melayani pelanggan atau masyarakat secara baik dan memuaskan. Suatu pelayanan dikatakan memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi harapan para pelanggan sehingga menjadi tugas para penyedia dan pemberi jasa, dalam hal ini para karyawan yang di tuntun kemampuannya untuk dapat memenuhi harapan masyarakat sebagai pelanggan atas produk atau jasa tersebut.

CV. K3 Mart adalah salah satu toko makanan ringan yang banyak menjual produk makanan kekinian yang memiliki banyak cabang di Medan ini yang juga menyediakan tempat duduk untuk pelanggan bersantai. Berdasarkan fenomena yang

penulis amati dan penulis lihat dilapangan, terdapat masalah yang berhubungan dengan harga dan kualitas pelayanan di indikasikan harga mereka yang terlihat agak lebih mahal dibandingkan dengan minimarket yang lainnya karena menyediakan wifi dan tempat duduk untuk bersantai, pelayanan yang diberikan oleh karyawan minimarket cenderung lama dan mereka tidak terlihat cepat dalam membersihkan makanan yang ditinggalkan konsumen. Hal seperti ini perlu dijaga agar tingkat kepuasan konsumen tidak menurun..

URAIAN TEORITIS

Kebijakan Harga

Menurut Moekijat (2013:441) “Kebijakan harga adalah suatu keputusan-keputusan mengenai harga-harga yang akan di ikuti untuk suatu jangka tertentu”.

Indikator Kebijakan Harga

Menurut Stanton (2015:56), ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu :

1. Keterjangkauan harga
2. Daya saing harga
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2007:59), mendefinisikan kualitas pelayanan adalah “tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Sehingga dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta keputusan

penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada 5 (lima) dimensi pelayanan yang disimpulkan sebagai berikut:

1. Bukti Langsung (*Tangibles*)
2. Tanggapan (*Responsiveness*)
3. Keandalan (*Reliability*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Emphaty*)

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Armstrong (2011:9), Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk

lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira..

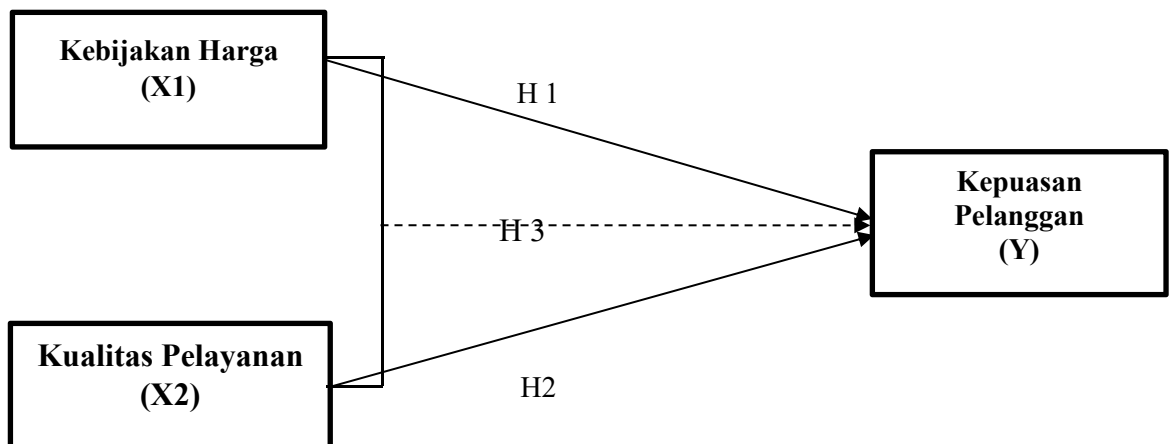
Indikator Kepuasan Pelanggan

Adapun indikator kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut :

1. Ketanggapan (*Responsiveness*)
2. Keandalan (*Reability*).
3. *Empathy*
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Bukti langsung (*Tangibles*)

Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka konsep penelitian ini adalah :



Gambar 2.1 Konsep Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linear berganda.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan pelanggan

X1 : Kebijakan harga

X2 : Kualitas Pelayanan

a : Konstanta

b : Koefisien

e : Variabel lain yang tidak diteliti

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas Data

No		r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kebijakan Harga				
X1	1. Keterjangkauan harga	0,594	0,2120	Valid
	2. Daya saing harga	0,645	0,2120	Valid
	3. Kesesuaian harga	0,771	0,2120	Valid
Kualitas Pelayanan				
X2	1. Penyesuaian pekerjaan	0,675	0,2120	Valid
	2. Kerjasama	0,614	0,2120	Valid
	3. Penyesuaian diri	0,614	0,2120	Valid
	4. Kemampuan Dalam Menyusun Rencana Kegiatan	0,656	0,2120	Valid
	5. Ketepatan Dalam Melaksanakan tugas	0,740	0,2120	Valid
Kepuasan Palanggan				
Y	1. Ketanggapan	0,642	0,2120	Valid
	2. Keandalan	0,740	0,2120	Valid
	3. Empaty	0,593	0,2120	Valid
	4. Jaminan	0,656	0,2120	Valid
	5. Bukti langsung	0,740	0,2120	Valid

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan CV. K3 Mart Cabang Setia Budi Medan dalam 1 bulan terakhir dengan jumlah populasi sebanyak 110 orang.

Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Random sampling* yaitu dengan menggunakan acak sederhana menurut rumus *slovin* karena populasi sudah diketahui. Dengan populasi (N) sebanyak 110 orang dan tingkat Kesalahan (e) sebesar 5% maka besarnya sample (n) adalah :

$$n = \frac{110}{1 + 110(0,05)^2}$$

$$n = \frac{110}{1,275} = 86,27$$

Dalam penelitian ini jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 86 orang responden.

Salah satu cara menguji tingkat konsisten jawaban responden digunakan uji realibilitas yang berkaitan dengan pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel. Realibilitas suatu variabel dilakukan dengan membandingkan nilai Cronbach Alpha >0,60 (Sugiono: 2016:205). Dengan menggunakan olah spss V21 diperoleh sebagai berikut:

Reliability Statistics

Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.735	13

Uji Asumsi Klasik

: Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Zero-order	Partial	Part	Tolerance
1	(Constant)	4.986	1.418		3.516	.001					
	KEBIJAKAN HARGA	1.141	.125	.712	9.103	.000	.739	.707	.668	.883	1.133
	KUALITAS PELAYANAN	.104	.100	.081	1.037	.303	.325	.113	.076	.883	1.133

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan hasil pengolahan dapat dirumuskan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,986 + 1,141X_1 + 0,104X_2$$

Analisisnya :

- a. Konstanta (a) 4,986 menunjukkan nilai dimana jika nilai variabel independen sama dengan nol maka variabel dependen tetap sebesar 4,986.
- b. Koefisien regresi X_1 sebesar 1,141 menyatakan bahwa kebijakan harga ditetapkan sebesar 1 maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 1,141.
- c. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,104 menyatakan bahwa kualitas pelayanan ditetapkan sebesar 1 maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,104.

Uji Hipotesis

- a. Variabel kebijakan harga
 H_0 : t hitung < t tabel : Tidak berpengaruh positif signifikan dan jika H_a : t hitung > t tabel : berpengaruh positif signifikan. Hasil pengujian dengan SPSS V21 diperoleh untuk variabel kebijakan harga diperoleh nilai t hitung 9,103 dengan nilai t tabel sebesar 0,67746. Kesimpulan t hitung lebih besar dari t tabel maka ada pengaruh kebijakan harga terhadap kepuasan pelanggan berarti H_a diterima

dan H_0 ditolak artinya ada pengaruh kebijakan harga terhadap kepuasan pelanggan

- b. Variabel kualitas pelayanan

H_0 : t hitung < t tabel artinya tidak berpengaruh positif signifikan. H_a : t hitung > t tabel artinya berpengaruh positif. Hasil pengujian SPSS variabel kualitas produk diperoleh nilai t hitung 1,037 dengan nilai t tabel 0,67746. Dengan demikian bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berarti H_a terima dan H_0 tolak maka hipotesis diterima.

Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Hasil pengujian perhitungan statistic menunjukkan nilai F hitung 51,215 dengan nilai F tabel 3,96. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama kebijakan harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kata lain H_a diterima dan H_0 ditolak dengan demikian hipotesis diterima

PEMBAHASAN PENELITIAN

HASIL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_a diterima yaitu kebijakan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai T hitung lebih besar dibandingkan dengan T tabel t hitung $9,103 > 0,67746$

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_a diterima yaitu kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai T hitung lebih besar

dibandingkan dengan T tabel t hitung $1,037 > 0,67746$

Hasil pengujian perhitungan statistic menunjukkan nilai F hitung 51,215 dengan nilai F tabel 3,96. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama kebijakan harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kata lain H_0 diterima dan H_a ditolak dengan demikian hipotesis diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah CV. K3 Mart Medan diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan uji t diperoleh hasil bahwa kebijakan harga dan kualitas pelayanan secara individu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Dengan menggunakan uji F diperoleh bahwa kebijakan harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Dengan menggunakan uji determinan bahwa kebijakan harga dan kualitas pelayanan yang harus dipertahankan dan disamping itu perlu juga dipertimbangkan hal-hal lain diluar penelitian.

Saran

Untuk CV. K3 Mart Medan dan dengan menggunakan analisis diberikan saran sebagai berikut:

1. Disarankan kepada CV. K3 Mart mempertahankan pelanggan setia dengan memberikan Harga khusus (*discount*) kepada setiap pelanggan K3 Mart .
2. Disarankan untuk memperbaiki sarana dan prasarana pendukung seperti penyediaan ATM bersama untuk mempercepat proses transaksi.
3. Disarankan untuk melakukan pelayanan prima kepada karyawan supaya dalam melayani konsumen sesuai dengan etika yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, 2010 *Organisasi Perilaku, Struktur Personalia dan Sumber Daya Manusia*, BPFE, Yogyakarta.
- Ardianto, Elvinaro, 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Awastha, dan Sukotjo, 2.010, *Manajemen Personalia*, Edisi ke 5, BPFE, Yogyakarta
- Azwar, Saifuddin, 2010. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, Edisi Kedua.
- Azwar, 2012 *Manajemen Personalia*, Edisi ke 5, BPFE, Yogyakarta

- Dessler, 2014 *Psikologi Kerja*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Guritno dan Waridin , 2015 *Psikologi Kerja*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Gibson, 2017, *Organisasi Perilaku, Struktur Personalia dan Sumber Daya Manusia*, BPFE, Yogyakarta.
- Handoko, 2013 *Organisasi Perilaku, Struktur Personalia dan Sumber Daya Manusia*, BPFE, Yogyakarta.
- Hasibuan, 2012 *Dasar-dasar Organisasi*, Edisi Kelima, Cetakan Ketiga, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Mangku prawira dan Vitalaya, 2014 *Manajemen Personalia*, Edisi ke 5, BPFE, Yogyakarta
- Nazir, Moh., 2011. *Metode Penelitian, Cetakan Keenam*, Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta
- Nawawi, 2014 *Manajemen Personalia*, BPFE, Yogyakarta
- Pandji, Anoraga, 2011, *Psikologi Kerja*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Priyatno, 2008 *Psikologi Kerja*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Sedarmayanti, 2010 *Organisasi Perilaku, Struktur Personalia dan Sumber Daya Manusia*, BPFE, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian*. Jakarta: CV. Alfa Beta.
- Sugiono, 2014 *Metode Penelitian*. Jakarta: CV. Alfa Beta.
- Sugiono, 2013 *Metode Penelitian*. Jakarta: CV. Alfa Beta.
- Sawir, 2013. *Analisa Kinerja Keuangan Dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Gramedia Pustaka utama. Jakarta.
- Sutarto, 2014, *Dasar-dasar Organisasi*, Edisi Kelima, Cetakan Ketiga, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Suryana, 2013. *Pedoman Praktis Menuju Sukses*, Jakarta, Salem Empat.
- Sutarto, 2015: *Dasar-dasar Organisasi*, Edisi Kelima, Cetakan Ketiga, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Sukotjo, 2014 *Metode Penelitian*. Jakarta: CV. Alfa Beta.
- Sukotjo, 2013 *Manajemen Personalia*, Edisi ke 5, BPFE, Yogyakarta
- Suryana , 2012 *Pedoman Praktis Menuju Sukses*, Jakarta, Salem Empat.
- Suryana, 2012 *Metode Penelitian*. Jakarta: CV. Alfa Beta.