

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Libra Komputer Di Kota Luwuk

The Effect of Service Quality and Price on Consumer Satisfaction at the Libra Computer Store in Luwuk City

Deviana Peuk¹, Arpan Kurubit^{2*}, Ichsan Milang²

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universita Tompotika Luwuk Banggai

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tompotika Luwuk Banggai

*²Email : arpankurubit@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Libra Komputer di Kota Luwuk, Untuk mengetahui harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Libra Komputer di Kota Luwuk, Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Libra Komputer di Kota Luwuk. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan 100 sampel yang diambil dengan menggunakan teknik Aksidental Sampling. Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian disimpulkan, bahwa kualitas pelayanan dan harga secara sendiri sendiri (parsial) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan Konsumen Pada Toko Libra Komputer Di Luwuk, sedangkan secara bersamaan (simultan) kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan Konsumen Pada Toko Libra Komputer Di Luwuk. Sedangkan hubungan keeratan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan Konsumen Pada Toko Libra Komputer Di Luwuk masuk dalam kategori sedang, serta sumbangan atau kontribusi kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan Konsumen Pada Toko Libra Komputer Di Luwuk sebesar 22,3%, sedangkan sisanya sebesar 77,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to determine the quality of service influences consumer satisfaction in Libra Computers in Luwuk City, To find out prices have an influence on consumer satisfaction in Libra Computers in Luwuk City, and To find out service quality and prices have an influence on consumer satisfaction on Libra Computers in Luwuk City Luwuk. The analytical method used in this study is multiple linear regression analysis using 100 samples taken using the accidental sampling technique. Based on the results of research and testing, it is concluded that service quality and price alone (partial) influence consumer satisfaction at the Libra Computer Store in Luwuk, while simultaneously (simultaneous) service quality and price influence consumer satisfaction at the Libra Computer Store in Luwuk. Luwuk. Meanwhile, the close relationship between service quality and price on consumer satisfaction at the Libra Computer Store in Luwuk is in the medium category, and the contribution or contribution of service quality and price to consumer satisfaction at the Libra Computer Store in Luwuki's 22.3%, while the rest is 77.7% is influenced by other factors not examined.

Keywords: Service Quality, Price, and Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan dunia bisnis semakin ketat dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi sehingga konsumen mempunyai informasi yang lengkap mengenai alternatif pilihan produk yang tersedia di pasar. Para produsen atau penjual berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan serta memberikan kepuasan secara maksimal kepada konsumen. Oleh sebab itu konsumen merupakan hal yang utama yang harus diperhatikan disamping produk yang disajikan (Maharsi, 2004). Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Prasastono & Pradapa, 2012). Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi (Santosa & Mashyuni, 2021). Kepuasan konsumen atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk (Asbar & Saptari, 2017). Analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran (target buyer) dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. (Manoppo, 2013). Perusahaan harus menetapkan harga secara tepat agar dapat sukses dalam memasarkan barang atau jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lain (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (Pristyo, 2013). Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya (Setiawan et al., 2019).

Dalam penelitian Eko Yuananto (2011) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen” dengan menggunakan obyek penelitian pada usaha bahan bangunan “95” dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen. Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Libra Komputer di Kota Luwuk.

METODE

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang di kuantitatifkan yaitu : data yang didapatkan dari penyebaran kuisioner kepada responden dengan menggunakan skala likert dibuat skor penilaian dengan menggunakan angka-angka (Kristi & Ardini, 2015). Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data yaitu : Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung dari lapangan, melalui wawancara, kuisioner dan observasi. Data primer meliputi: umur, pendidikan, pekerjaan, dan intensitas partisipasinya, Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen perusahaan yang relevan dengan objek penelitian. Data sekunder meliputi: Data konsumen, struktur Organisasi, dan lain-lain (Pakadang, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian ulang pada TokoLibra Komputer Luwuk yang jumlahnya tidak diketahui (Faradisa et al., 2016). Sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Dharmawansyah, 2013). Pada penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode Regresi linier ganda (Lawendatu et al., 2014). Model persamaan regresi linier berganda $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

Keterangan :

Y : Variabel Kepuasan konsumen

X1 : Variable Kualitas Pelayanan

X2 : Variable Harga

a : Nilai Konstanta

b : Koefisien regresi mengukur besarnya pengaruh X dan Y

Metode korelasi (r) digunakan untuk mengukur seberapa kuat hubungan keeratan antara variabel Loyalitas Pelanggan dengan kepuasan Pelanggan (Afnina & Hastuti, 2018). Adapun rumus koefisien korelasi linier sederhana sebagai berikut:

$$\text{sebagai berikut : } r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - \sum^2} \sqrt{n\sum y^2 - (\sum)^2}}$$

keterangan:

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

x = Jawaban Koesioner Variabel Bebas (X1,X2)

y = Jawaban Koesioner Terikat (Y)

Korelasi dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga $(-1 \leq r \leq + 1)$. Apabila nilai $r = -1$ artinya korelasinya negatif sempurna; $r = 0$ artinya tidak ada korelasi; dan $r = 1$ berarti korelasinya sangat kuat. Koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y (Harumi, 2016). Dapat di tentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut: $KP = r^2 \times 100\%$ Dimana : KP = Nilai koefisien Diterminan, r = Nilai koefisien korelasi Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, selain itu koefisien determinasi (R^2) dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Uji F, yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Uji t, yaitu uji untuk mempengaruhi pengaruh variabel-variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel terikat (Y)	Variabel Bebas (X)	Koefisien Regresi	T-hitung	Probabilitas
Kepuasan Konsumen	Kualitas pelayanan (X ₁)	0,644	3,662	0,000
	Harga (X ₂)	0,168	2,080	0,040
Konstanta	= 0,783	N = 100 k = 5	=0,05	
Koefisien Korelasi	= 0,472	Dk = (N-1) -k		
Koefisien Determinasi	= 0,223	Dk = (100 - 1) - 2 = 97		
F-hitung	= 13,898	F-Tabel = 2,70		
		T-Tabel = 1,660		

Berdasarkan hasil pengelolaan data yang dirangkum dalam tabel diatas, maka didapatkan persamaan regresi dalam penelitian ini adalah $Y = 0,783 + 0,644X_1 + 0,168X_2$. Persamaan regresi yang dihasilkan menunjukkan besarnya kualitas pelayanan dan harga yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil persamaan regresi tersebut menjelaskan : Nilai konstanta sebesar 0,783 memberikan arti bahwa apabila variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X₁), harga (X₂) mempunyai nilai 0 (nol) atau tidak ada variabel (X₁, X₂) maka besarnya nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,783. Nilai koefisien regresi variabel X₁ sebesar 0,644 berarti bahwa apabila variabel kualitas pelayanan (X₁) mengalami

penambahan 1 satuan maka akan memberikan pengaruh pada peningkatan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,644 satuan dengan asumsi variabel yang lain dianggap tetap. Nilai koefisien regresi variabel harga (X2) sebesar 0,168 berarti bahwa apabila variabel kehandalan (X2) mengalami penambahan 1 satuan maka akan memberikan pengaruh pada peningkatan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,168 satuan dengan asumsi variabel yang lain dianggap tetap. Koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur kuat atau tidaknya hubungan variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1), dan harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) ditunjukkan oleh angka 0,472. Angka ini menunjukkan bahwa hubungan antar variabel bebas kualitas pelayanan (X1), harga (X2) terhadap kepuasan konsumen masuk dalam kategori sedang. Koefisien determinasi yang didapatkan dalam penelitian ini sebesar 0,223 menunjukkan besarnya sumbangan variabel bebas melalui kualitas pelayanan (X1), dan harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 22,3%, sedangkan sisanya sebesar 77,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Variabel kualitas pelayanan angka probabilitas signifikansi ($0,000 < 0,05$), Diketahui Hipotesis Nol (H_0), ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima yang artinya penelitian memiliki bukti secara statistik bahwa hipotesis alternatif yang berlaku atau dianggap benar, bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, atau nilai t-hitung lebih besar dibanding nilai t-tabel ($3,662 > 1,660$), ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Variabel harga angka probabilitas signifikansi ($0,040 < 0,05$), Diketahui Hipotesis Nol (H_0), ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima yang artinya penelitian memiliki bukti secara statistik bahwa hipotesis alternatif yang berlaku atau dianggap benar, bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, atau nilai t-hitung lebih besar dibanding nilai t-tabel ($2,080 > 1,660$), ini menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Uji F digunakan untuk menguji secara bersama sama pengaruh variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1), harga (X2) terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan oleh nilai F Hitung lebih besar dari nilai F Tabel ($13,898 > 2,31$) dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian Diketahui Hipotesis Nol (H_0), ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima yang artinya penelitian memiliki bukti secara statistik bahwa hipotesis alternatif yang berlaku atau dianggap benar. Ini berarti bahwa secara bersamaan (simultan) kualitas pelayanan (X1), harga (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Hasil penelitian didapatkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen membeli pada Libra Komputer Luwuk, hasil penelitian ditemukan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen membeli pada Libra Komputer Luwuk, hubungan antar variabel bebas kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen masuk dalam kategori sedang, sumbangan variabel bebas melalui kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 22,3%, sedangkan sisanya sebesar 77,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/JSEB.V9I1.458>
- Asbar, Y., & Saptari, M. A. (2017). Analisa Dalam Mengukur Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode PIECES . *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(2), 39–47. <https://www.journal.unimal.ac.id/visi/article/view/301>
- Dharmawansyah, I. (2013). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu). *Management Analysis Journal*, 2(2). <https://doi.org/10.15294/MAJ.V2I2.2529>
- Faradisa, I., Hasiholan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk Fasilitas, Dan

- Kualitas Pelayanan Terhadap Minar Beli Ulang Konsumen Pada Indonesia Coffeeshop Semarang (Icos Cafe) | Faradisa | Journal of Management. *Journal of Management*, 2(2). <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/517>
- Harumi, S. D. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Seiko Laundry Medan. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, 8(2), 115–128. <https://doi.org/10.31289/ANALITIKA.V8I2.875>
- Kristi, R. J., & Ardini, L. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan . *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 4(6). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/3488>
- Lawendatu, J. R., Kekenusa, J. S., & Hatidja, D. (2014). Regresi Linier Berganda Untuk Menganalisis Pendapatan Petani Pala. *D'CARTESIAN: Jurnal Matematika Dan Aplikasi*, 3(1), 66–72. <https://doi.org/10.35799/DC.3.1.2014.3998>
- Maharsi, S. (2004). Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Bidang Akuntansi Manajemen | Jurnal Akuntansi dan Keuangan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 127–137. <https://jurnalakuntansi.petra.ac.id/index.php/aku/article/view/15673>
- Manoppo, F. (2013). Kualitas Pelayanan, Dan Service Escape PEngaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1341–1348. <https://doi.org/10.35794/EMBA.1.4.2013.2913>
- Pakadang, D. (2013). Evaluasi Penerapan Sistem Pengendalian Intern Penerimaan Kas Pada Rumah Sakit Gunung Maria Di Tomohon. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 213–223. <https://doi.org/10.35794/EMBA.1.4.2012.2652>
- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. F. (2012). Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi | Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata. *Dinamika Pariwisata*, 11(2), 13–23. <https://unisbank.ac.id/ojs/index.php/pdk1/article/view/1716>
- Pristyo, M. (2013). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Eka Jaya Di Surabaya | Pristyo | e-Jurnal Kewirausahaan. *E- Jurnal Kewirausahaan*, 1(1), 27–37. <http://widyakartika.ac.id/jurnal/index.php/Kewirausahaan/article/view/28>
- Santosa, D. G. W., & Mashyuni, I. A. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Denpasar. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(1), 290–302. <https://doi.org/10.32795/WIDYAAMRITA.V1I1.1176>
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114–126. <https://doi.org/10.32528/JSMBI.V9I2.2819>