



PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO GROSIR USEP DIDESA MANDALAWANGI SUKASARI SUBANG

Nanang Rohman ¹

¹Bisnis Digital , Universitas An Nasher , Indonesia

*Email korespondensi: nanangrohman1998@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada di Toko Grosir Usep Mandala Wangi Sukasari Subang apakah ada hubungan secara simultan dan parsial antara Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan di Toko Yansyah Komunika.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil dari penelitian yang didapatkan mengenai harga terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Grosir Usep Mandala Wangi Sukasari Subang hal ini berdasarkan dari hasil data yang telah diperoleh dari uji Fhitung Sebesar tingkat signifikansi kompensasi dan komunikasi internal secara simultan sebesar $0,031 < 0,05$ dan nilai Fhitung sebesar $3,611 > F_{Tabel}$ sebesar 2,71 maka telah disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 Diterima. sedangkan uji thitung sebesar Harga terhadap Kepuasan Konsumen variabel harga memiliki nilai thitung $-2,667 < t_{tabel}$ 1,987 dan nilai sig. $0,009 < 0,005$ sehingga dapat disimpulkan hipotesis H_1 ditolak dan H_0 diterima artinya variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai thitung $0,959 > t_{tabel}$ 1,987 dan nilai sig. $0,007 < 0,005$ jadi dapat disimpulkan hipotesa H_1 diterima dan H_0 . ditolak artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Grosir Usep Mandala Wangi Sukasari Subang.

Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan , Kepuasan Konsumen

Abstract

This study analyzes the influence of price and service quality on consumer satisfaction at the Usep Mandala Wangi Sukasari Subang Wholesale Store. The study aims to determine whether there is a simultaneous and partial relationship between product quality and promotion on purchasing decisions at Yansyah Komunika Store. The results of the study indicate that based on the results of the study regarding price on consumer satisfaction at the Usep Mandala Wangi Sukasari Subang Wholesale Store, this is based on the results of the data obtained from the F-test. The significance level of compensation and internal communication simultaneously is $0.031 < 0.05$ and the F-value is $3.611 > F_{table}$ of 2.71. It has been concluded that H_0 is rejected and H_1 is accepted. Meanwhile, the t-test for

Price on Consumer Satisfaction and the price variable has a t-value of $-2.667 < t\text{-table of } 1.987$ and a sig. $0.009 < 0.005$ so it can be concluded that the hypothesis H_1 is rejected and H_0 is accepted meaning that the price variable has a significant effect on customer satisfaction. Service Quality (X_2) on Consumer Satisfaction based on the partial test results of the influence between service quality on customer satisfaction obtained a calculated t value of $0.959 > t\text{ table } 1.987$ and a sig. value of $0.007 < 0.005$ so it can be concluded that the hypothesis H_1 is accepted and H_0 is rejected meaning that the service quality variable has a significant effect on consumer satisfaction at the Usep Mandala Wangi Sukasari Subang Wholesale Store.

Keywords: Price, Service Quality, Consumer Satisfaction



PENDAHULUAN

Perdagangan terbagi menjadi dua yaitu pedagang besar dan pedagang kecil. Pedagang besar (Wholeseller) adalah kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa untuk dijual kembali atau penggunaan bisnis (Kotler, Keller, 2007:185), Contohnya mitra, Lottemart atau toko kelontong yang menjual grosir atau yang lainnya. Pedagang kecil atau retail adalah aktivitas yang terlibat dalam menjual barang atau jasa langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan tidak untuk dijual kembali. Contohnya seperti; Alfamart, Indomart, Supermarket, Yogyakarta dan masih banyak lagi.

NO	Nama Pes aing	Alamat
1	Toko Nur	Simpang, Mandala Wangi, Sukasari, Subang
2	Toko Novi	Mandala Wangi, Sukasari, Subang

Toko grosir usep berlokasi di MANDALA WANGI, SUKASARI, SUBANG dan mulai buka jam 07.00 WIB. Dalam bisnisnya. Toko grosir usep memiliki beberapa pesaing langsung maupun tidak langsung karena di daerah mandala wangi terdapat 3 toko grosir seperti toko grosir usep tetapi kebanyakan warga mandala berbelanja ke toko usep. selain harganya terjangkau lokasinya pun dekat dengan rumah-rumah dan pedagang kecil pun kebanyakan berbelanja disana, selain itu harga barang disana dibedakan antara konsumen membeli untuk keperluan pribadinya dan konsumen membeli untuk dijual lagi.



Kualitas dan harga produk yang diberikan oleh perusahaan atau toko grosir usep, diharapkan para Pelaku usaha yang bergerak di bidang penjualan produk dapat memberikan pelayanan yang baik Pada konsumennya, dan pelayanan tersebut akan mempengaruhi konsumen. Membeli produk selain itu juga dapat menarik konsumen untuk membeli produk secara berulang-ulang.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiono (2013:3) mengungkapkan bahwa “Metode penelitian adalah metode ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Peneliti tersebut merupakan jenis penelitian survey yaitu penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat penelitian. Riset sebagai penelitian yang dilakukan kepada populasi besar atau populasi kecil, tetapi data yang dipelajari berasal dari data sampel populasi untuk menemukan peristiwa hubungan antara variabel social psikologis (Sugiono, 2008:7) .

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis menggunakan metode survey.

Objek penelitian ini adalah variabel utama yang menjadi perhatian pokok dalam minat penelitian variabel utama, variabelnya adalah kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen. Sedangkan tempat penelitian nya adalah berlokasi di desa Mandala Wangi, Sukasari Kabupaten Subang.

Populasi yang menjadi dari penelitian ini adalah sebanyak 115 konsumen dari toko tersebut, dengan menggunakan rumus slovin ukuran populasi dan sampel yang diketahui dengan sejumlah 90 konsumen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Harga

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.224*	.272**	.189	.118	-.094	.466**
	Sig. (2-tailed)		.034	.010	.075	.268	.377	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X1.2	Pearson Correlation	.224*	1	.179	.122	-.051	.065	.428**
	Sig. (2-tailed)	.034		.091	.251	.631	.545	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X1.3	Pearson Correlation	.272**	.179	1	.385**	.235*	.022	.719**
	Sig. (2-tailed)	.010	.091		.000	.026	.835	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X1.4	Pearson Correlation	.189	.122	.385**	1	.427**	.141	.724**
	Sig. (2-tailed)	.075	.251	.000		.000	.184	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X1.5	Pearson Correlation	.118	-.051	.235*	.427**	1	.305**	.563**
	Sig. (2-tailed)	.268	.631	.026	.000		.003	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X1.6	Pearson Correlation	-.094	.065	.022	.141	.305**	1	.370**
	Sig. (2-tailed)	.377	.545	.835	.184	.003		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X1	Pearson Correlation	.466**	.428**	.719**	.724**	.563**	.370**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90

Brdasarkan uji validitas tabel diatas dengan menggunakan SPSS dapat diketahui bahwa setiap item pada variabel harga (X1) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r kritis (0,05) sehingga data tersebut dinyatakan valid

Uji Valitasi Pelayanan

		Correlations						
		X2.1	x2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	-.012	.140	.069	-.010	-.064	.365**
	Sig. (2-tailed)		.912	.188	.519	.923	.551	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
x2.2	Pearson Correlation	-.012	1	-.034	.069	.163	.246*	.345**
	Sig. (2-tailed)	.912		.749	.520	.124	.019	.001
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.3	Pearson Correlation	.140	-.034	1	.254*	-.026	-.075	.526**
	Sig. (2-tailed)	.188	.749		.016	.805	.484	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.4	Pearson Correlation	.069	.069	.254*	1	.198	-.119	.511**
	Sig. (2-tailed)	.519	.520	.016		.061	.262	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.5	Pearson Correlation	-.010	.163	-.026	.198	1	.235*	.480**
	Sig. (2-tailed)	.923	.124	.805	.061		.026	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.6	Pearson Correlation	-.064	.246*	-.075	-.119	.235*	1	.474**
	Sig. (2-tailed)	.551	.019	.484	.262	.026		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2	Pearson Correlation	.365**	.345**	.526**	.511**	.480**	.474**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90

Berdasarkan hasil dari perhitungan SPSS 26 setiap item pada variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki r hitung lebih besar dari r kritis (0,05) hingga data tersebut terbilang dan dinyatakan valid.

Uji Validitas Kepuasan Konsumen

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.121	.245*	.332**	.247*	.023	.595**
	Sig. (2-tailed)		.257	.020	.001	.019	.829	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y2	Pearson Correlation	.121	1	.091	-.024	.076	.224*	.485**
	Sig. (2-tailed)	.257		.395	.825	.478	.034	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y3	Pearson Correlation	.245*	.091	1	.190	.261*	-.018	.584**
	Sig. (2-tailed)	.020	.395		.073	.013	.863	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y4	Pearson Correlation	.332**	-.024	.190	1	.313**	-.199	.474**
	Sig. (2-tailed)	.001	.825	.073		.003	.060	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y5	Pearson Correlation	.247*	.076	.261*	.313**	1	.156	.643**
	Sig. (2-tailed)	.019	.478	.013	.003		.141	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y6	Pearson Correlation	.023	.224*	-.018	-.199	.156	1	.348**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwapada variabel kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r kritis maka data tersebut dinyatakan valid

Uji Hipotesis

Uji T (Parsial)

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B		Beta				
1 (Constant)		17.106	2.734		6.257	.000		
	HARGA	-.323	.121	-.311	-2.667	.009	.781	1.280
	KUALITAS PELAYANAN	.144	.151	.112	.959	.340	.781	1.280

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Berdasarkan tabel diatas,dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

1. Harga (X1) terhadap Kepuasan dan Konsumen

variabel harga memiliki nilai thitung -2,667 > ttabel 1,987 dan nilai sig. 0,00 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan hipotesis H0 ditolak dan H1 diterima artinya variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai thitung $0,959 < t_{tabel} 1,987$ dan nilai sig. $0,340 > 0,05$ jadi dapat disimpulkan hipotesa H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	69.728	2	34.864	3.611	.031 ^b
	Residual	840.087	87	9.656		
	Total	909.816	89			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN , HARGA

Berdasarkan tabel datas hasl uji hipotesis secara simultan diatas dengan tingkat signifikansi kompensasi dan komunikasi internal secara simultan sebesar $0,031 > 0,05$ dan nilai Fhitung sebesar $3,611 > F_{Tabel}$ sebesar 2,71 maka telah disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis penelitian pembahasan dalam peneltan tentang Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebagai berikut:

Harga (X1) terhadap Kepuasdan Konsumen

variabel harga memiliki nilai thitung $-2,667 < t_{tabel} 1,987$ dan nilai sig. $0,009 < 0,005$ sehingga dapat disimpulkan hipotesis H_1 ditolak dan H_0 diterima artinya variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai thitung $0,959 > t_{tabel} 1,987$ dan nilai sig. $0,007 < 0,005$ jadi dapat disimpulkan hipotesa H_1 diterima dan H_0 . ditolak artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tabel datas 4,14 hasl uji hipotesis secara simultan diatas dengan tingkat signifikansi kompensasi dan komunikasi internal secara simultan sebesar $0,031 < 0,05$ dan nilai Fhitung sebesar $3,611 > F_{Tabel}$ sebesar 2,71 maka telah disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 Diterima.



DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Sidik Mudasir 2017 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa :Pengaruh Produk,Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di minimarket Indomaret Besar Pada Keputusan Pembelian.

Buku Pengantar Metode Penelitian Manajemen , oleh Lira Agustina,SE,M.M copyright @2020

By Sugi Priharto ,Agus 2nd,2019 Bisnis <https://cpssoft.com/blog/bisnis/pengertian>

Deni Hasanain Yahya, 2018 Universitas Islam Indonesia: Pengaruh Kualitas

Ediman Siregar 2013 Universitas Sumatera : Strategi Penetapan Harga Dalam

Gabriel Deka Putra Nusa 2019 Universitas Muhammadiyah Magelang:Pengaruh

Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan /Oleh Asep Saeful Hamdi Ed.J,Cet.1Yogyakarta:Depublish,November 2014

Pelayanan , Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Dany Bojonegoro

Pemasaran-dalam-bisnis

Philip Kotler Dan Gary Armstrong,Prinsip-Prinsip Pemasaran (Jakarta,Erlangga,2018)

Revisi.Aandy: Yogyakarta

Septianah 2012 Universitas Kristen Maranatha : Pengaruh Fungsi Pedagang

Sigit Subiyanto 2010 :Pengaruh Harga Distribusi Dan Promosi Terhadap Penjualan Motor Banjar Negara Tahun 2010

Tdjiptono, Fandy Dan Anastasia Diana 2003 . Total Quality Manajemen Edisi