PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA TOKO PAKAIAN LIMA R DI PARIAMAN

ASRUL
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sumbar Pariaman
asrulmansyur123@gmail.com

***Abstract**: This study aims to 1) to determine the effect of price on customer loyalty at clothing store Five R in Pariaman 2) to know the influence of service quality to customer loyalty at clothing store Five R in Pariaman 3) to know influence of price and quality of service to customer loyalty at store Five R clothes in Pariaman. The research method is quantitative. The population in this study were consumers or customers of clothing store Five R in Pariaman, where the sample of 35 respondents. The data was processed using SPSS 18.0. Based on the research results can be concluded 1) the price has a positive effect on customer loyalty in clothing store Five R in Pariaman; 2) service quality positively affects customer loyalty at clothing store Five R in Pariaman; 3) price and service quality positively affect customer loyalty at clothing store Five R in Pariaman. With multiple linear regression Y = 5,492 + 0,519 + 0,334 and coefficient of determination equal to 59,2%. To increase sales revenue, the company must provide good service and price in accordance with the quality of products offered.*
***Keywords:** Price, Service Quality, Customer Loyalty.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada toko pakaian Lima R di Pariaman 2) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada toko pakaian Lima R di Pariaman 3) untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada toko pakaian Lima R di Pariaman. Metode penelitian adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan toko pakaian Lima R di Pariaman, dimana sampelnya sebanyak 35 responden. Data diolah menggunakan SPSS 18.0. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan 1) harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada toko pakaian Lima R di Pariaman; 2) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada toko pakaian Lima R di Pariaman; 3) harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada toko pakaian Lima R di Pariaman. Dengan regresi linear berganda Y = 5,492 + 0,519 + 0,334 dan koefisien determinasi sebesar 59,2%. Untuk meningkatkan pendapatan penjualan, perusahaan harus memberikan pelayanan yang baik dan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.
Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

A. Pendahuluan

Di era globalisasi seperti sekarang ini khususnya di Indonesia padatnya penduduk diiringi semakin kompleknya kebutuhan dan berbagai aktivitas manusia dalam melakukan kesehariannya. Hal ini semakin berdampak pada kebutuhan masyarakat, yang dimana semua indvidu sangat disibukkan dengan pekerjaan yang padat dan masyarakat memiliki gaya hidup yang praktis dan cepat. Keadaan ini pada akhirnya menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar harga dan barang di dalam eksistensi perusahaan, yang bersaing memberikan layanan yang terbaik untuk memperoleh pelanggan.

Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang. Penilaian konsumen terhadap harga dari suatu produk sangat mempengaruhi minat beli mereka pada produk tersebut, oleh sebab itu penetapan harga yang tepat dan kompetitif pada sebuah produk perlu mendapatkan perhatian yang besar dari perusahaan. Disini si penulis akan mengambil contoh yaitu pakaian pada Toko Lima R Pariaman, yang dimana pada toko tersebut harga yang dijual terlalu mahal, sehingga konsumen tidak dapat melakukan pembelian yang banyak atau tidak loyal yg ditetapkan oleh perusahaan. Mengantisipasi keadaan tersebut adalah bagaimana menciptakan nilai dan kualitas layanan yang dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Loyalitas juga dapat dibentuk dari kepuasaan yang dirasakan oleh konsumen.Yang menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang dan kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Dengan kata lain, seseorang akan puas apabila hasil yang didapatkan minimal mampu memenuhi harapannya, sedangkan seseorang mereka tidak puas apabila hasil yang didapat tidak mampu memenuhi harapannya. Kepuasan yang dirasakan seseorang akan memberikan dampak terhadap perilaku pengguna kembali secara terus menerus sehingga terbentuklah loyalitas pelanggan.

Fasilitas yang disediakan oleh toko pakaian tersebut adalah dengan memberikan kenyamanan kepada si pelanggan, dengan menyediakan tempat yang sejuk dan nyaman.Sehingga si pelanggan pun merasa nyaman saat bertransaksi.Dengan tersedianya seperti itu maka terciptanya nilai dan kualitas layanan yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Toko Lima R merupakan sebuah toko yang bergerak di bidang penjualan pakaian anak-anak hingga dewasa yang berlokasi di Jalan ST. Syahrir Blok A No 10 Pasar Pariaman yang sudah berdiri sejak 2011, pemilik Toko Lima R ini bernama bapak Ridwan. Mekanisme penjualan yang terjadi di Toko Lima R adalah konsumen datang ke toko untuk mencari dan memilih barang yang akan dibeli. Di dalam melakukan pemasaran, pihak toko masih menggunakan perbincangan dari orang ke orang atau *word of mouth*. Jika Toko Lima R hanya mengandalkan teknik pemasaran dengan *word of mouth* ini tidak berjalan secara efektif karena tidak semua orang akan mempromosikan secara *word of mouth* sehingga perlu adanya strategi pemasaran yang lain untuk menunjang tingkat penjulan. Masalah lainnya adalah proses penjualan yang hanya berpusat di Kota Pariaman membuat pelanggan yang berada di luar kota merasakan kesulitan apabila ingin membeli produk tersebut. Untuk mengelola data penjualan, Toko Lima R menggunakan cara manual yaitu menggunakan buku catatan penjualan. Berikut ini data penjualan Toko Lima R per tahun

Tabel 1 Data Penjualan Toko Lima R

No	Bulan	Penjualan	%
1	Januari	15.000.000	7,9
2	Februari	14.000.000	7,4
3	Maret	15.000.000	7,9
4	April	12.000.000	6,3
5	Mei	11.000.000	5,8
6	Juni	36.000.000	18,9

7	Juli	22.000.000	11,6
8	Agustus	12.000.000	6,3
9	September	11.000.000	5,8
10	Oktober	11.000.000	5,8
11	November	15.000.000	7,9
12	Desember	16.000.000	8,4
	Jumlah	**190.000.000**	**100**

Berdasarkan Tabel 1 yang merupakan data penjualan Toko Lima R selama 1 tahun terakhir. Tabel 1 ini menujukkan bahwa pada tahun 2016penjualan pada Toko Lima R bersifat fluktuatif. Peningkatan terjadi pada bulan Juni sebesar Rp36.000.000 dengan persentase 18.9% dan Juli sebesar Rp22.000.000 dengan persentase 11.6%.Pada bulan tersebut mengalami kenaikan dikarenakan bertepatan pada bulan suci ramadhan dan hari raya idul fitri.Sehingga di hari spesial tersebut lebih banyak peminat konsumen untuk membeli pakaian. Selain di bulan Juni dan Juli, penjualan di Toko Lima R mengalami penurunan. Menurut pemilik Toko Lima R ini dikarenakan pada bulan-bulan tersebut kurangnya minat konsumen untuk membeli pakaian.Selain itu harga yang ditawarkan pada Toko Lima R tergolong mahal, sehingga konsumen tidak loyal dalam membeli produk tersebut.

Walaupun memiliki harga yang tergolong mahal, tetapi kualitas pelayanan pada Toko Lima R cukup baik. Pelanggan dapat dikatakan puas dan loyal saat membeli, ketika iamerasa mendapatkan *value* dari produsen atau penyedia barang. *Value* ini bisa berasal dari barang, pelayanan yang bersifat emosional.*Value* bagi pelanggan ini dapat diciptakan melalui pemasaran perusahaan yang dapat menjadi unsur-unsur stimulasi bagi perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam pembelian. Jika pembelian yang dilakukan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya atau mampu memberikan kepuasan, terjadi pembelian ulang pada masa depan. Adanya faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan ada dua jenis yaitu: kualitas layanan internal dan kualitas pelayanan eksternal. Kualitas layanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia seperti, pola manajemen umum perusahaan, penyediaan fasilitas mendukung, pengembangan sumber daya manusia dan pola insentif.Kualitas pelayanan eksternal seperti, pola layanan dan penyediaan barang berkualitas, pola layanan pendistribusian barang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengambil judul proposal penelitian denga judul “PengaruhHarga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Pakaian Lima R Di Pariaman”. Berdasarkan judul yang telah dikemukakan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen? 2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen? 3) Apakah harga dan kualitas pelayanan secara bersama berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?

B. Metodologi Penelitian

Populasi adalah semua nilai, baik hasil perhitungan maupun pengukuran baik kuantitatif maupun kualitatif, daripada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas (Usman dan Akbar, 2003 : 181), sedangkan menurut (Sugiyono, 2004) Populasi adalah wilayah generalisasi yan terdiri dari objek atau

subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Toko Pakaian Lima R di Kota Pariaman. Jumlah konsumen yang membeli baju pada Toko Lima R di Kota Pariaman dalam kurun waktu 1 tahun terakhir dari bulan Januari 2015 - Desember 2015 sekitar ± 5.500 konsumen. Menurut pemilik Toko Lima R sebagian besar konsumen yang membeli pakaian adalah kalangan pelajar sekolah, mahasiswa dan pegawai kantoran yang datang secara berulang-ulang dengan kunjungan bervariasi pada tiap harinya.Sebagai konsekuensi logisnya angka 5.500 konsumen tidak menunjukkan jumlah orang konsumen secara riil, melainkan jumlah konsumen sebagian besar adalah konsumen tetap pada Toko Lima R Busana. Apabila yang diasumsikan bahwa secara rata-rata konsumen yang membeli pakaian pada Toko Lima R Busana adalah 4 kali dalam satu bulan, maka dalam bulan Januari 2016 – Desember 2016 konsumen yang membeli pakaian pada Toko Lima R Busana sebanyak 48 kali. Berdasarkan asumsi diatas, populasi konsumen pada Toko Lima R Busana adalah 5.500 : 48 = 115 orang (dibulatkan). Menurut Suharmini (2006:131), Sampel Penelitian adalah sebagian atau wakil yang akan diteliti. Kriteria responden atau sampel yang akan dipilih adalah pelanggan yang membeli pada pakaian pada Toko Lima R. Untuk mendapatkan sampel yang dapat menggambarkan populasi. Menurut Sugiyono (2010), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Non-Probality Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode yang digunakan adalah Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.Menurut Roscoe (1982) dalam Sugiyono (2010), ukuran sampel yang layak adalah antara 30 sampai dengan 500. Maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 35 responden.

C. Hasil dan Pembahasan

Pengujian Hipotesis

Uji T

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variable independen (harga dan kualitas pelayanan) secara individual dalam menerangkan variabel dependen (loyalitas pelanggan). Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel X1 (harga) dan X2 (Kualitas pelayanan) diperoleh nilai t hitung = 3,485 dan 2,314 dengan tingkat signifikansi 0,001 dan 0,027. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut berada di atas taraf 5% (> 0,05) yang berarti Ho diterima dan Ha ditolak, dan t-tabel sebesar 2,0345, jadi diperoleh t-hitung > t-tabel (3,485 dan 2,314>2,0345) Dengan demikian, maka Hipotesis diterima. Dimana harga dan kualitas pelayanan secara sendiri-sendiri (parsial) berpengaru signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan output dari hasil uji dengan menggunakan SPSS dapat diketahui bahwa nilai F-hitung sebesar 25,709. Adapun nilai F-tabel pada tingkat signifikansi 5% dan degree of freedom (df) sebesar k=2 dan derajat bebas penyebut (df2) sebesar n – k – 1 (35 – 2 – 1 = 32)

adalah sebesar 3,29. Jika kedua nilai ini dibandingkan maka nilai f hitung lebih besar dari F-tabel (25,709>3,29). Dengan hasil perbandingan 55,235>3,09 (Fhitung > F-tabel) sehingga ho ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independent (harga dan kualitas pelayanan) memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap variabel dependent (loyalitas pelanggan).

Uji Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Dari hasil uji menggunakan SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 0,616 dan Adjusted R square sebesar 0,592. Hal ini berarti 59,2% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu 40,8% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Harga dengan Loyalitas pelanggan

Hasil statistik uji regresi diperoleh t hitung sebesar 3,485 dengan nilai signifikansi 0,001, oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000) maka hipotesis yang menyatakan bahwa "Terdapat pengaruh strategi harga terhadap loyalitas pelanggan" terbukti. Menurut Kotler dan Keller (2009), kebijakan harga sangat menentukan dalam pemasaran sebuah produk, karena harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi atau perusahaan.Jadi, tidak dapat dipungkiri bahwa harga merupakan suatu unsur penting, baik bagi perusahaan dalam mempengaruhi konsumen maupun bagi perusahaan dalam bertahan dalam persaingan.Banyak hal yang berkaitan dengan harga yang melatarbelakangi mengapa konsumen memilih suatu produk untuk dimilikinya. Konsumen memilih suatu produk tersebut karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut, karena melihat kesempatan memiliki produk tersebut dengan harga yang lebih murah dari biasanya sehingga lebih ekonomis, kerena ada kesempatan untuk mendapatkan hadiah dari pembelian produk tersebut, atau karena ingin dianggap konsumen lain bahwa tahu banyak tentang produk tersebut dan ingin dianggap loyal.

Penelitian tentang adanya peranan harga dalam mempengaruhi loyalitas konsumen telah dilakukan oleh Tengku (2016), dimana harga ternyata memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhamad (2014), dimana harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen makanan cepat saji (Kentucky Fried Chicken) di Kota Palembang

Pengaruh Kualitas pelayanan dengan Loyalitas pelanggan

Hasil statistik uji regresi diperoleh t hitung sebesar 2,314 dengan nilai signifikansi 0,027, oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000) maka hipotesis yang menyatakan bahwa "Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan" terbukti. Bagi konsumen yang ingin membeli suatu produk, pelayanan yang diberikan pada saat memilih sampai terjadinya transaksi pembelian sangatlah berpengaruh terhadap jadi tidaknya pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Pelayanan yang kurang baik akan menimbulkan rasa tidak puas yang dirasakan oleh konsumen yang selanjutnya akan mempengaruhi tingkat penjualan pada waktu selanjutnya.

Penelitian ini juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Supriyatin (2014), dimana pada hasil penelitiannya ditemukan adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada expedisi di Surabaya. Demikian juga dengan penelitian Tengku (2016) juga ditemukan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di PT. Tiki Jalur Nugraha.

D. Penutup

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggankonsumen di Toko Lima R. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggankonsumen di Toko Lima R. Hasil pengujian selanjutnya menunjukkan bahwa secara simultan kedua variabel memberi pengaruh yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 59,2%.

Daftar Pustaka

Danang Sunyoto, (2013). *Ekonomi Manajerial Konsep Terapan Bisnis, Jenis-Jenis Harga.* Yogyakarta: CAPS *(Center For Academic Publishing Service).*

Mardikawati, Woro. *Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi*. Universitas Diponegoro.

Montung, Pamela, dkk. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Kulaitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru*. Universitas Sam Ratulangi Manado.

Rizana, Anggita, dan Aulia Rizki. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Interving.*

Swara, Khrisna Mahendra. Jurnal. *Studi Terhadap Kualitas Pelayanan Di Hotel Grand Candi Semarang.*

Selang, Christian A.D. (2013). Jurnal. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Frest Mart Bahu Mall Manado*. Universitas Sam Ratulangi Mando.

http://www.kajianpustaka.com/2013/04/kualitas-pelayanan-pelanggan.html

https://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2009/11/10/definisi-loyalitas-pelanggan/

http://politekniklp3imedan.blogspot.co.id/2013/02/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap_157.html?m=1

https://sayakuliah.wordpress.com/2011/12/18/strategi-penetapan-harga/

Yanti Sri dan Haily. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Prima Tour and Tavel.* Jurnal Zona Manajerial. ISSN 2087-7331. Vol. 8. No. 2 Oktober 2016. Hal. 13-23

http://etheses.uin-malang.ac.id/1775/6/06410081_Bab_2.pdf

http://www.academia.edu/28779304/Indikator_Loyalitas_Pelanggan