

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UD. MUJUR MAS DI PRAJA LOMBOK TENGAH

Oleh:

Ira Dianti

Dosen Tetap pada Fakultas Ekonomi UNTB

Abstrak: Kepuasan pelanggan akan terbentuk jika dapat memenuhi harapan-harapan dasar pelanggan. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, diantaranya kualitas pelayanan dan harga. Permasalahan dengan penelitian ini adalah (1). Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?, (2). Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?, Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Mujur Mas di Praya Lombok Tengah. Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Mujur Mas.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi persaingan di dunia bisnis semakin ketat dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi sehingga konsumen dan informasi sehingga konsumen mempunyai informasi yang lengkap mengenai alternatif pilihan produk yang tersedia dipasaran. Para produsen atau penjual berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan serta memberikan kepuasan secara maksimal kepada konsumen. Oleh sebab itu konsumen merupakan hal utama yang harus diperhatikan disamping produk yang disajikan.

Kualitas produk merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono,2004:13). Kualitas pelayanan yang dirasakan sangat penting bagi keberhasilan organisasi Karena hubungan langsung dengan kepuasan pelanggan (Tjiptono,2004:24).

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Tjiptono,2004:125). Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang

maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibidang kompetitor-kompetitor yang ada.

Salah satu bisnis usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan ini adalah perusahaan dagang UD. Mujur Mas yang berlokasi di Praya Lombok Tengah, dengan bidang usaha bahan bangunan yang merupakan agen dari Nippon Paint dan semen Tiga Roda. Persaingan tersebut ditandai dengan berdirinya bisnis bahan bangunan yang didirikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun berbeda-beda, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bisnis bahan bangunan. Maka dari itu dilakukan penelitian pada UD. Mujur Mas Praya untuk mengetahui apakah UD. Mujur Mas sudah memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen .

Demikian juga halnya pada bidang usaha bahan bangunan UD. MUjur Mas, dimana sebagai salah satu bisnis bahan bangunan yang berada di Praya, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada. Dengan semakin meningkatnya persaingan kepuasan pelanggan yang dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi di UD. Mujur Mas Praya.

Dengan melihatnya banyaknya konsumen yang melakukan transaksi pembelian dan cara pelayanan yang dilakukan karyawan kepada konsumen di UD. Mujur Mas dibandingkan dengan took bahan bangunan lainnya, dan dari cara pelayanan dan harga yang ditawarkan kepada konsumen, apakah konsumen sudah mendapatkan kepuasan atau tidak dari UD. Mujur Mas. Dari itu peneliti ingin mengukur tingkat kepuasan pelanggan dari segi kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan dari segi yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka dikemukakan perumusan masalah sebagai berikut Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?; Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?; Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 125 orang. Sampel adalah sejumlah penduduk yang jumlahnya kurang dari populasi (Sutrisno, 2000:220). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang ada dan konsumen sebelumnya di UD. Mujur Mas.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling. Artinya Responden (subjek) yang dipilih secara sengaja dengan karakteristik tertentu yang diyakini representatif terhadap populasi penelitian. Penentuan jumlah sampel yang memenuhi hitungan yang dirumuskan oleh Slovin (Steph Ellen, elow Blog, 2010; dengan rujukan Principles and Methods of research; Ariola at al. (eds); 2006)

Variabel penelitian dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu; variabel bebas (x) dan variabel terikat (y). variabel bebas (x) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan harga. Sedangkan variabel terikat (y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Alat pengumpulan data dalam penelitian ini adalah angket atau questioner yaitu kumpulan pertanyaan yang disusun oleh peneliti guna menghimpun informasi mengenai apa pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Uji parsial (Uji Statistik t)

Jika kualitas pelayanan $t_{hitung} = 1,759$ dengan nilai signifikansi $0,084 > 0,05$ ini berarti H1 yang

menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UD. Mujur Mas. Sedangkan variabel harga $t_{hitung} = 2,001$ dengan nilai signifikansi $0,051 > 0,05$ ini berarti H2 yang menyatakan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UD. Mujur Mas.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Merupakan faktor yang penting agar dapat memperoleh tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

b. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa baik sampel menggunakan data (Gujarati, 1997). R^2 mengukur besarnya jumlah reduksi dalam variabel dependen yang diperoleh dari penggunaan variabel bebas. R^2 mempunyai nilai antara 0 sampai 1, dengan nilai R^2 yang tinggi berkisar antar 0,7 sampai 1.

Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Apabila R^2 mendekati 1 (satu) berarti pengaruh atribut produk, harga, kebutuhan mencari variasi, dan ketidakpuasan konsumen terhadap keputusan perpindahan merek tergolong kuat dan sebaliknya. Jika R^2 mendekati 0 (nol), maka pengaruhnya semakin lemah. Semakin besar nilai R^2 maka semakin tepat model regresi yang dipakai, karena total variasi dapat menjelaskan variabel terikat.

Hasil uji r^2 untuk koefisien determinasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan harga sebesar 18,7 % dan sisanya 81,3 dari kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

PENUTUP

a. Simpulan

Menurut hasil penelitian diketahui bahwa:

1. Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan UD. Mujur Mas sebesar 1,759 yang berarti jika kualitas pelayanan meningkat maka tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi.
2. Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan UD. Mujur Mas sebesar 2,001 yang berarti jika harga meningkat tingkat kepuasan pelanggan akan semakin menurun.
3. Diantara variabel kualitas pelayanan dan harga, yang berpengaruh cukup besar terhadap kepuasan pelanggan adalah harga yaitu sebesar 0,286 sedangkan kualitas pelayanan

berpengaruh cukup kecil terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0,073.

4. Kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 18,7% yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang tidak besar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan factor lainnya yang besarnya 81,3% an yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Saran

Selain kualitas pelayanan, pemilik juga hendaknya memperhatikan harga yang ditawarkan atas barang yang dijualnya, harga yang ditawarkan bila mengalami perubahan hendaknya diberitahukan agar pelanggan tidak kecewa atas perubahan harga barang yang ditawarkan harus sesuai dengan keinginan pelanggan.

Swastha, B. 2002. *Asas-asas Marketing*. Edisi Ketiga. Cetakan Kedua. Yogyakarta. Liberty.

Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset. Van Trip, Hans, C.M., Wayne, D., Hoyer, & J. Jeffrey, I. 1996. *Why Switch? Product Category- Level Explanations for True Variety-Seeking Behavior*. Research, August, pp. 281-292.

Tjiptono, F. 2004. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupioadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. 2009. *Marketing Management*, Twelfth Edition. Pearson Prentice Hall. USA.
- Kotler, P., dan Gary, A. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi, Terjemahan: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, C.J., & Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Administrasi*. CV Bandung: Alfabeta.
- Sukino, Sadono. 2006. *Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sumarni, Murti. 2000. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.