ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN SURYA KWADUNGAN KEDIRI

ARTIKEL SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Sebagai Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Oleh :

KADEK MEGA SARI

10.1.02.02.0251

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2015

HALAMAN PERSETUJUAN

ATAS NAMA

KADEK MEGA SARI
10.1.02.02.0251

Dengan Judul

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN SURYA KWADUNGAN KEDIRI

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan kepada Panitia Ujian

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Kediri, 6 Juni 2015

Ka. Prodi Manajemen,	Pembimbing,
Dr. Ec. Subagyo, M.M	**Dr. Sri Aliami, S.E, M.M**
NIDN. 0717066601	NIDN. 0716086403

HALAMAN PENGESAHAN

ATAS NAMA

KADEK MEGA SARI
10.1.02.02.0251

Dengan Judul

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN SURYA KWADUNGAN KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 6 Juni 2015
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan

PANITIA PENGUJI		TANDA TANGAN
1. Ketua	: Dr. Ec. Subagyo M.M	
2. Penguji I	: Dr. Sri Aliami S.E, M.M	
4. Penguji II	: Roni Kurniawan S.E, M.M	

Mengetahui dan mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi,

Dr. Sri Aliami S.E, M.M
NIDN. 0716086403

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN SURYA KWADUNGAN KEDIRI

KADEK MEGA SARI
NPM. 10.1.02.02.0251
Fakultas Ekonomi – Prodi Manajemen
Dosen Pembimbing : Dr. SRI ALIAMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Kemajuan di bidang ekonomi pada saat ini berkembang dengan pesat, banyak perusahaan dagang di bidang perdagangan eceran yang berbentuk toko, minimarket, *departemen store* (toserba), pasar swalayan (swalayan) dan lain-lain. Hal ini menimbulkan persaingan antar perusahaan tersebut. Untuk memenangkan persaingan perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat, supaya dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Untuk dapat bertahan, berkembang dan mendapatkan laba semaksimal mungkin, perusahaan harus mampu mengetahui apa yang dibutuhkan atau yang diharapkan konsumennya, karena banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga dalam hubungannya dengan kepuasan konsumen pada Swalayan Surya Kwadungan Kediri. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei, data diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada 50 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Swalayan Surya Kwadungan Kediri. Sampel yang diambil ditetapkan sejumlah 50 konsumen. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang pernah melakukan pembelian di Swalayan Surya Kwadungan Kediri. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan *SPSS For Windows* versi 19.0.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa : 1) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Swalayan Surya Kwadungan Kediri. 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Swalayan Surya Kwadungan Kediri. 3) Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Swalayan Surya Kwadungan Kediri. Implikasi secara teoritis, kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan mendukung peneliti terdahulu oleh Wibowo (2013) dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan mendukung penelitian terdahulu oleh Ardana (2010), saran bagi peneliti berikutnya disarankan menambah beberapa variabel independen lain seperti, promosi, lokasi dan kualitas produk.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, harga, kepuasan konsumen

I. LATAR BELAKANG

Perkembangan usaha saat ini tidak terlepas akan persaingan yang semakin ketat. Baik untuk perusahaan yang menawarkan jasa maupun barang. Semakin banyak perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Perusahaan berusaha memperebutkan calon pembeli dengan cara mempertahankan konsumen yang ada. Peran kepuasan konsumen menjadi dasar perusahaan untuk mempertahankan perusahaan. Mengingat konsumen yang merasakan puas tentu memberikan saran dan ide kreatif sehingga kualitas yang dihasilkan perusahaan menjadi semakin baik.

Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Menurut Kotler (1997:36), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. Puas atau tidak puas konsumen terhadap produk yang ditawarkan, pasti akan memberikan dampak tertentu bagi perkembangan sebuah bisnis. Kepuasan dapat dinyatakan sebagai perasaan senang, puas individu karena antara harapan dan kenyataan dalam memakai dan pelayanan yang diberikan terpenuhi.

Berdasarkan hal di atas, adanya hubungan erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, karena kualitas pelayanan digunakan oleh perusahan untuk menambah daya tarik agar konsumen mencoba lagi. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, maka suatu perusahaan harus menetapkan strategi pemasaran yang baik, misalnya penetapan harga yang tepat sesuai dengan pangsa pasar dan kondisi perekonomian masyarakat sekitar dapat menciptakan kepuasan konsumen.

Menurut Kotler (2002: 83), pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan

terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Menurut Tjiptono (2007:115), kualitas berkaitan erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini perusahaan dapat memahami harapan dan kebutuhan spesifik konsumen.

Harga merupakan aspek yang juga sangat penting diperhatikan oleh perusahaan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen. Hal ini menyangkut kemampuan atau daya beli konsumen di masa yang akan datang. Untuk itu, perusahaan dalam menentukan harga jasa harus hati-hati dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi harga tersebut. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:345), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Tinjauan terhadap harga juga semakin penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Penetapan harga yang tepat sesuai dengan pangsa pasar dan kondisi perekonomian masyarakat sekitar dapat menciptakan kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono (1999), harga dilihat dari sudut pandang konsumen, sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubugkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasa meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal. Dengan kesimpulan di atas menunjukkan harga berkaitan erat dengan kepuasan konsumen.

Swalayan Surya Kwadungan Kediri juga mengalami persaingan yang sangat ketat diantara kompetitornya. Swalayan Surya Kewadungan Kediri berupaya mempertahankan kepuasan konsumen dengan berbagai cara dilakukan, dan salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga.

Berdasarkan fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Swalayan Surya Kwadungan Kediri 2014"**.

II. METODE

A. Teknik dan Pendekatan Penelitian

1. Teknik Penelitian

Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu korelasi. Menurut Reksoatmodjo (2007:129), penelitian dengan korelasional ini merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengukur tingkat kedekatan hubungan antar variabel-variabel tersebut. Teknik tersebut digunakan dengan tujuan mengetahui hubungan antara variabel bebas, kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel terikat, kepuasan konsumen.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan yaitu kuantitatif. Pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut (Arikunto, 2006:147), kuantitatif adalah penelitian yang datanya digunakan dalam bentuk jumlah atau angka yang dapat dihitung secara sistematik dan dalam penelitian ini dilakukan menggunakan rumus statistik.

B. Tempat dan Waktu penelitian

1. Tempat Penelitian

Dalam penulisan Skripsi ini penulis melakukan penelitian pada konsumen Swalayan Surya di Ds. Kwadungan Kediri, Jawa Timur, Indonesia.

2. Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, waktu penelitian akan diuraikan berdasarkan pada rencana penggunaan waktu sesuai dengan batas waktu yang sudah ditentukan. Adapun waktu penelitian dilakukan selama 1 bulan yaitu bulan Desember 2014.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2002:720), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen Swalayan Surya Kwadungan Kediri.

2. Sampel

Menurut Wibisono (2003:41), sampel adalah "bagian dari populasi". Sampel terdiri dari anggota yang dipilih dari populasi. Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan beberapa cara. Menurut Supramono (2005:63), ukuran sampel yang layak adalah berkisar antara 30-500. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sebanyak 50 responden.

D. Uji Validitas

Menurut Umar (2004: 78), "Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat

pengukur mengukur yang ingin diukur". Kemudian pendapat lain mengatakan bahwa instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono (2008: 126), "untuk menentukan valid tidaknya suatu instrumen dilakukan dengan melihat besarnya koefisien korelasi (r) dengan standar minimum sebesar 0,3. Suatu instrumen dapat dikatakan valid jika nilai koefisien yang ditemukan sama dengan atau lebih dari 0,3".

E. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang diperlukan dalam pembahasan ini melalui satu tahap penelitian, yaitu kuesioner, kuesioner adalah merupakan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya

1. Pengujian Asumsi Klasik

Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan data penelitian yang digunakan adalah data sekunder, maka untuk memenuhi syarat yang ditentukan dalam penggunaan model regresi linier berganda perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang digunakan yaitu : uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas dan koefisien determinasi yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Menurut Gozali (2005:110), uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pembuktian apakah data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak, dapat dilihat pada bentuk distribusi datanya, yaitu pada histogram maupun *normal probability plot*. Ghozali (2006), dalam Fardiani (2013:72), menyebutkan jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Alat uji yang digunakan untuk analisis penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda (*Multiple Regression Analysis*) untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan (X_1) , dan harga (X_2), terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan menggunakan program SPSS v.19 *for Windows*. Maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + b1 . x1 + b2 . x2 + e}$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Bilangan Konstanta

b1 = Koefisien regresi kualitas pelayanan

b2 = Koefisien regresi harga

x1 = Kualitas Pelayanan

x2 = Harga

e = Standar error

F. Pengujian Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Menurut Ghozali (2005:84),"Uji t bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh dari variabel terikat yaitu variabel kualitas pelayanan (X1), dan harga (X2) terhadap variabel bebas yaitu kepuasan konsumen (Y) pada Swalayan Surya di Kwadungan Kabupaten Kediri. Ho diterima jika t *tabel* ≤ t *hitung*≤ t *tabel* pada α = 5 %, dan Ho ditolak (Ha diterima) jika t *hitung*< t *tabel*atau t *hitung*> t *tabel*pada α = 5 %.

2. Uji Regresi Simultan (Uji F)

Uji F ini dilakukan untuk melihat secara bersama-sama apakah ada pengaruh dari variabel terikat (X1,X2) yaitu kualitas pelayan dan harga terhadap kepuasan konsumen yang merupakan variabel (Y) pada Swalayan Surya di Kwadungan Kabupaten Kediri. Ho diterima jika F *hitung* < F *table* pada α = 5 %, dan Ho ditolak, (Ha diterima) jika F *hitung* > F *tabel* pada α = 5%

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Hasil

Berdasarkan hasil analisis data, maka berikut ini dijelaskan dari setiap variabel yaitu :

1. Kualitas Pelayanan Swalayan Surya

Kualitas pelayanan Swalayan Surya mendapatkan penilaian cukup baik dipersepsikan oleh konsumen, hal ini dipersepsikan dari indikator kehandalan, ketanggapan, empati, berwujud, dan jaminan. kehandalan merupakan hal utama yang atau dipersepsikan terbesar pada kualitas pelayanan, dalam hal ini kehandalan mencakup prosedur pembayaran yang cepat dan akurat dan merespon konsumen dengan cepat.

2. Harga pada Swalayan Surya

Harga pada Swalayan Surya mendapatkan penilaian cukup baik di persepsikan oleh konsumen, hal ini dipersepsikan dari indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Keterjangkauan harga merupakan hal utama yang atau dipersepsikan terbesar pada harga.

3. Kepuasan Konsumen Swalayan Surya

Kepuasan Konsumen Swalayan Surya mendapatkan penilaian baik di persepsikan oleh Konsumen, hal ini dipersepsikan dari indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Minat berkunjung kembali merupakan hal yang

utama atau dipersepsikan terbesar pada kepuasan konsumen, dalam hal ini minat berkunjung kembali mencakup konsumen minat berkunjung kembali pada Swalayan Surya karena pelayanan memuaskan dan akan sering berbelanja karena produk berkualitas.

B. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Swalayan Surya. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menerima hipotesis awal bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Swalayan Surya Kwadungan Kediri.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menerima hipotesis awal bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Swalayan Surya Kwadungan Kediri.
3. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menerima hipotesis awal bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Swalayan Surya Kwadungan Kediri.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Amir, 2005. *Strategi Pemasaran*. Salemba empat : Jakarta

Arikunto, Suharsimi. 2006. "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*". Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Ardhana, Oldy. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Bengkel Caesar Semarang).* Semarang. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Aryadi, Dodi Febri. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Giant Supermarket Dinoyo Malang).* Malang. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

Basu Swasta dan Irawan. 2003. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty : Yogyakarta.

Ghozali, Imam. 2005. "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*". Semarang : Badan Penerbit Undip.

Kasali, Rhenald. 2000. *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, Positioning*. Penerbit : PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Kotler, Philip. 1997. *Dasar – Dasar Pemasaran*.Jakarta :

Kotler, Philip. Prenhallindo 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta : PT. Prenhallindo

Kotler, P. dan Keller, K, L. 2007. *Manajemen Pemasaran (Bejamin Molan, Pentj*). Ed 12, Jilid 1&2. Jakarta : Indeks.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran jasa. Edisi 1*.Salemba Empat. Jakarta.

Mulyono, Bayu Hadyanto.2008. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen* (*Studi Kasus Pada Perumahan Puri* Mediterania Semarang). Semarang : Tesis Program Studi Magister Managemen Progran Pasca Sarjanan Universitas Diponegoro.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. dan Berry, L.L . 2008. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Exxpections*. The free Press, New York: NY

Sugiyono,1999, *Metode Penelitian Bisnis, Bandung* : CV Alfabeta.

Sugiyono. 2004. *Metode Penelitan Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D.* Bandung : Alfabeta.

Supramono. Haryanto, Joni O. 2005 *Desain Proposal Pemasaran*. Yogyakarta : ANDI

Tjiptono, Fandy, 1999, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran jasa*. Banyumedia Publishing. Malang.Jawa Timur.

Umar, Husein. 2004. *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Cetakan Keenam, Jakarta: PT SUN.