

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Frozen Food Hutagaol Di Kota Pematangsiantar

Kevin Benedict Hutagaol¹ ✉ **Pramitha Aulia**²

^{1,2} *Administrasi Bisnis, Universitas Telkom*

Abstrak

Salah satu jenis bisnis yang dapat berkembang dan bertahan di era sekarang ini adalah toko grosir yang menjual sembako maupun produk atau barang kebutuhan sehari-hari. Toko *frozen food* menjadi salah satu pilihan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pangan sehari-hari. Toko *Frozen food* Hutagaol memiliki suatu sistem tersendiri dalam melayani pelanggannya. Pelayanan di toko ini memiliki beberapa perbedaan dengan pelayanan di toko *frozen food* lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dan penyebaran kuesioner secara *online* melalui media sosial dan diperoleh sebanyak 150 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan jenis *judgement* atau *purposive sampling*. Penelitian ini juga menggunakan Skala *Likert* untuk menjabarkan variabel menjadi indikator variabel. Dalam mengolah data, penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan serta harga juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Harga; Loyalitas Pelanggan; Toko *Frozen food* Hutagaol.

Copyright (c) 2023 Kevin Benedict Hutagaol

✉ Corresponding author :

Email Address : 3evin@gmail.com

PENDAHULUAN

Perusahaan harus memahami situasi atau keinginan konsumen di pasar, terutama pada masa Covid-19, di mana permintaan konsumen mengalami penurunan. Dengan memahami situasi di pasar, perusahaan dapat menyediakan produk atau barang yang dibutuhkan, sehingga menciptakan kepuasan pelanggan dan terciptanya loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. (Amri, W, & Safriansyah, 2022).

Salah satu bisnis yang dapat berkembang dan bertahan di era sekarang ini adalah toko grosir yang menjual sembako maupun produk atau barang kebutuhan sehari-hari. Selama masa Covid-19, toko grosir juga mengalami penurunan penjualan yang cukup berdampak, namun toko *Frozen food* Hutagaol melakukan beberapa inovasi atau perubahan agar dapat menarik lebih banyak pelanggan. *Frozen food* atau makanan yang dibekukan adalah sebuah proses mengawetkan produk makanan dengan cara mengubah hampir keseluruhan kandungan air dalam produk menjadi es. Perkembangan *frozen food* di Indonesia mengadopsi budaya dari luar dan mulai disukai masyarakat Indonesia, terutama pada kalangan anak-anak

karena rasanya yang berbeda dari lauk pada umumnya. (Agam Ramadhan, Nurul Arifin, & Andre Priyono, 2021)

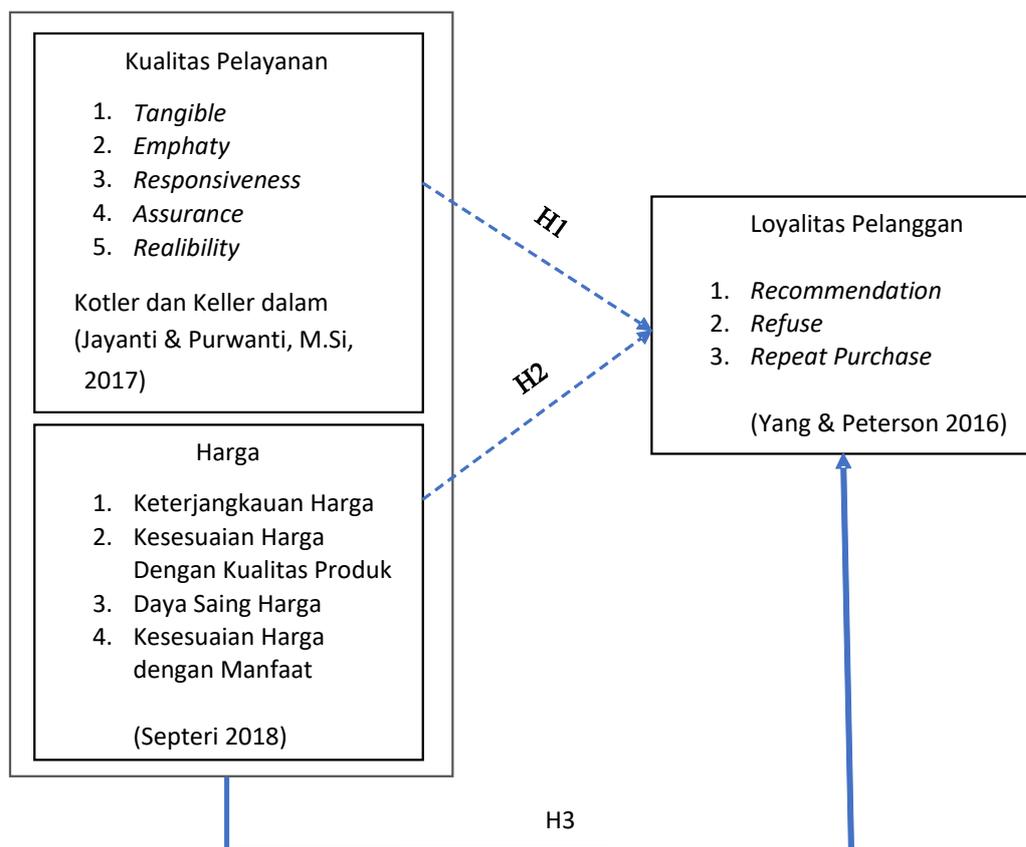
Toko *Frozen food* Hutagaol merupakan toko *frozen food* pertama yang berdiri di Pasar Horas, Kota Pematangsiantar pada tahun 2016 dan beroperasi hingga saat ini. Sejak toko ini berdiri, banyak pedagang lain di Pasar Horas yang ikut berjualan *frozen food* karena produk tersebut sangat banyak peminatnya. Hal ini dikarenakan ketika diperjualbelikan di pasar harganya jauh lebih murah dibandingkan harga di supermarket dan keinginan pelanggan terpenuhi. Saat ini, toko *Frozen food* Hutagaol berkembang dan sudah berpindah ke Pasar Parluasan dengan lokasi yang lebih strategis dan area yang lebih luas. Dengan alasan inilah peneliti tertarik untuk meneliti toko *Frozen food* Hutagaol.

Definisi tentang kualitas pelayanan yang sudah dikemukakan oleh beberapa ahli, seperti Edvardson dkk, Bergman dan Klefjso (2006) dalam (Kiswanto & Damiasih, 2018) beberapa perbedaan penting mengenai kualitas pelayanan antara barang dan jasa sebagai berikut :

1. *Service* tidak berwujud, sehingga tidak mudah untuk dijelaskan dengan detail dan diukur pelayanannya.
2. *Service* dapat diidentifikasi lebih subjektif.
3. Konsumen mendapat peranan penting untuk menciptakan pelayanan .
4. *Service* memiliki beberapa aktivitas berbeda sehingga tidak mudah bagi konsumen untuk melakukan penilaian sebelum dibeli.
5. *Service* memiliki beberapa bagian dan penilaian konsumen yang sulit untuk dipisahkan berdasarkan bagian - bagian tersebut, tetapi biasanya dilakukan penilaian secara menyeluruh.

Menurut Daryanto (2013) mendefinisikan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang ditetapkan untuk satu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat yang diterima konsumen dari suatu produk. Dapat dikatakan harga merupakan faktor yang dapat menjadi indikator suatu produk serta sebuah kompensasi yang harus diberikan oleh konsumen. Fungsi lain daripada harga adalah untuk menentukan pangsa pasar, meningkatkan keuntungan, menjaga loyalitas konsumen, dan menstabilkan daya saing.

Loyalitas pelanggan sangat berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan pada perusahaan dengan melakukan pembelian berulang dari konsumen akan meningkatkan penjualan serta keuntungan. Loyalitas pelanggan menjadi salah satu prioritas penjual. Hal ini dikarenakan adanya loyalitas pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, dapat dipastikan perusahaan akan meraih keuntungan dan dampak lainnya adalah perusahaan mampu mempertahankan bisnisnya (Rina Rachmawati, 2014).



H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan

H2 : Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan.

H3 : Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan.

METODOLOGI

Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian pendidikan yang dimana peneliti memutuskan apa yang akan diteliti, menyusun pertanyaan spesifik, membatasi pertanyaan, mengumpulkan data terukur dari partisipan, menganalisis angka - angka dengan menggunakan statistik, melakukan penyelidikan tidak memihak dengan cara - cara yang obyektif (Ramdhan, 2021). Penelitian ini juga menyebar kuesioner untuk mendapatkan data untuk diolah yang diberikan kepada pelanggan toko sebanyak 150 orang dengan memiliki karakteristik berbeda - beda seperti jenis kelamin, usia, pendapatan per bulan, dan pekerjaan. Kemudian data yang didapat diolah menggunakan sistem software yaitu SPSS versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, responden dalam penelitian ini merupakan konsumen yang membeli produk *frozen food* di toko *frozen food* Hutagaol. Sejalan dengan dimensi yang terdapat pada kualitas pelayanan *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *empathy*, *tangibles*. Dan dimensi harga yang mencakup keterjangkauan harga, harga sesuai kemampuan atau daya saing harga, kesesuaian harga dengan produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat, juga dengan dimensi loyalitas pelanggan mencakup *recommendation*, *refuse* dan *repeat purchase* dan hasil kuesioner sehingga didapatkan hasil yang positif dan signifikan.

Dari karakteristik responden yang telah mengisi kuesioner ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas berbelanja adalah perempuan sebanyak 93 responden. Dari 150 responden yang mengisi kuesioner ini, mayoritas usia responden berusia > 30 tahun dengan mayoritas penghasilan Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000 yang berada di Kota Pematangsiantar.

Uji Normalitas

Metode regresi yang baik adalah pada saat sebaran data merata dan pola tidak cenderung ke kanan atau ke kiri. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji grafik normal *probability plot* dan uji *kolmogorov smirnov*.

Tabel 1. Descriptive Statistics Test

Variabel Penelitian	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
Kualitas Pelayanan	150	19	35	27.71	3.748
Harga	150	22	35	29.92	2.68
Loyalitas Pelanggan	150	9	30	23.91	4.987

Sumber: Olah Data Penulis (2022)

Uji Heteroskedastisitas, Multikolinearitas dan Autokorelasi

Tabel 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas, Multikolinearitas dan Autokorelasi

Model	R	R Square	Toleransi	VIF	Durbin watson
1	0.882 ^a	0.779			1.861
Kualitas Pelayanan			0.235	4.257	
Harga			0.235	4.257	

Sumber: Olah Data Penulis (2022)

Berdasarkan tabel 2 uji multikolinearitas di atas, maka data yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas. Dikarenakan hasil yang didapatkan pada uji multikolinearitas di atas dengan melihat hasil *tolerance* dan VIF masing-masing sebesar 0.235 dan 4.257 yang mana hasil tersebut memenuhi syarat tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil Uji Parsial (Uji t) dan Uji Simultan (Uji F)

Tabel 2. Hasil Uji t dan Uji F

Model	t	F	Sig.
-------	---	---	------

1	258.457	0.000
Kualitas Pelayanan	2.074	0.040
Harga	9.159	0.000

Sumber: Olah Data Penulis (2022)

Berdasarkan tabel 3 hasil yang didapatkan pada uji F dalam penelitian ini yaitu sebesar 0.000 yang mana hasil tersebut memenuhi syarat signifikansi <0.05 . Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil Penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t pada Kualitas Pelayanan thitung sebesar 2.074 > ttabel 1.97623 dan signifikansi sebesar 0.040 yang jumlahnya lebih kecil dari 0.05 ($0.040 < 0.05$). sehingga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan toko *Frozen food* Hutagaol. Dapat disimpulkan bahwa jika semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan toko *Frozen food* Hutagaol kepada pelanggan maka akan loyal terhadap toko *Frozen food* Hutagaol.

Hasil Penelitian Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t pada Harga thitung sebesar 9.159 > ttabel 1.97623 dan signifikansi sebesar 0.000 yang jumlahnya lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$). sehingga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan toko *Frozen food* Hutagaol. Dari analisis deskriptif diatas maka semakin bervariasi harga yang ditawarkan dan telah sesuai dengan kualitas produk Toko *Frozen food* Hutagaol maka pelanggan akan semakin loyal.

Hasil Penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Simultan

Berdasarkan pengambilan keputusan uji F yang dilakukan jika $Sig > \alpha$ penelitian maka H_0 diterima yang berarti secara simultan Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan sebaliknya jika $Sig < \alpha$ penelitian maka H_0 ditolak yang berarti secara simultan kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pada hasil signifikansi sebesar 0.000 yang berarti signifikansi lebih kecil dari α ($0.000 < 0.05$) maka H_0 ditolak yang berarti kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada pelanggan toko *Frozen food* Hutagaol maka dapat diambil kesimpulan yaitu didapatkan kualitas layanan dengan kategori sangat baik didukung dengan dimensi *responsiveness, Reliability, Assurance, Empathy, Tangibles* yang menghasilkan nilai yang sangat baik. Pada harga di toko *Frozen food* Hutagaol didapatkan kategori baik dimana harga yang ditawarkan toko *Frozen food* Hutagaol bervariasi dan sesuai dengan kualitas produk. Sedangkan pada loyalitas pelanggan didapatkan kategori baik. Hal ini didukung dengan pelanggan yang bersedia memberikan informasi mengenai toko *Frozen food* Hutagaol dan bersedia melakukan pembelian berulang. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan dan adanya pengaruh oleh faktor lain yang tidak diteliti. Pada kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial.

Referensi :

- Agam Ramadhan, Nurul Arifin, & Andre Priyono. (2021). Pengembangan sistem Pembelian dan Pembayaran Frozen Food di Toko Dapur Amih Melalui QR Code. *jurnal Ilmiah Nasional Riset Aplikasi dan Teknik Informatika*, 33.
- Amri, R. C., W, L., & Safriansyah. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grosir Sembako Toko Ada Harapan. *Jurnal Media Ekonomi (JURMEK)*, 28.
- Kiswanto, A., & Damiasih. (2018). PERSEPSI KUALITAS LAYANAN MUSEUM SEBAGAI. *Jurnal Kepariwisata*, 58.
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. 1.
- Rina Rachmawati. (2014). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *TeknoBug*, 67.