



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

Muhammad Faqih, Achyar Eldine, Leny Muniroh
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia
Muhammadfaqih@gmail.com, achyar@gmail.com, lenymuniroh@gmail.com

Abstract

The purpose of this study illustrates how much influence the Service Quality and Price on Customer Loyalty as an intervening variable in PT.Agrotech Industry. The method used was library research and field research with a questionnaire, research conducted at PT.Agrotech Industry located at JL. Hj Mawi Gg seriously waru parent village Rt01 / Rw 04 kec. Parung, Bogor 16330 a business engaged in fertilizer. The evaluation results in this study indicate that the steps taken by PT.Agrotech Industry in maintaining customer loyalty is to provide overall service quality and price. And things that need to be considered by PT. Agrotech Industry is to provide quality service and a better price for Customer Loyalty, so that consumers and customers are more loyal to the products made by PT. Agrotech Industry. the research results obtained by the multiple linear regression equation $Y = 0.749 + 0.380X_1 + 0.735 X_2$. Simultaneous analysis results (f test) obtained f count of 112,287 and t arithmetic for Service Quality variable of 0.380 with a significant level of 0,000, t arithmetic for the Price variable of 0.735 with a significant level of 0,000. The conclusion of this research is the partial and simultaneous influence between Service Quality and Price on Customer Loyalty.

Keywords: *Service Quality, Price, Customer Loyal*

Abstrak

Tujuan penelitian ini menggambarkan seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan sebagai variabel intervening pada PT.Agrotech Industry. Metode yang digunakan adalah riset kepustakaan dan penelitian lapangan dengan kuisioner, penelitian dilakukan di PT.Agrotech Industry yang berlokasi di JL.Martadinata NO.96 Kebon Pedes Bogor, NO.Tlp : 0895-3462-7058 bisnis yang bergerak dibidang pupuk. Hasil evaluasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa langkah-langkah yang dilakukan oleh PT.Agrotech Industry dalam mempertahankan Loyalitas Pelanggan adalah memberikan Kualitas Pelayanan dan Harga secara keseluruhan. Serta hal yang perlu diperhatikan oleh PT.Agrotech Industry adalah memberikan kualitas pelayanan dan harga yang lebih baik terhadap Loyalitas Pelanggan, agar para konsumen dan pelanggannya lebih loyal kepada produk yang dibuat oleh PT.Agrotech Industry. hasil penelitian X_1 diperoleh persamaan regresi sederhana $Y = 4.010 + 0.790 X$ dan hasil X_2 diperoleh persamaan regresi sederhana $Y = 6.135 + 0.775 X$. Hasil analisis simultan (Uji F) di dapatkan F hitungan sebesar peroleh t hitung 82.740 dengan tingkat signifikan 0,000. Sedangkan hasil uji parsial (Uji t) diperoleh t hitung untuk variable kualitas produk 8.935 dan variable pelayanan 11.509. simpulan dan saran dari

penelitian adalah ada pengaruh secara parsial dan simultan antara Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata kunci :Kualitas Produk, Pelayanan, Loyalitas Pelanggan.

I. Pendahuluan

Ketatnya persaingan dalam bisnis penjualan suatu produk maupun jasa sangat mempengaruhi berbagai macam aspek penjualan. meningkatnya atau menurunnya suatu tingkat keberhasilan dipengaruhi berdasarkan bagaimana suatu perusahaan tersebut memberikan Kualitas Pelayanan yang baik dan Harga yang relative guna terciptanya kepuasan pelanggan semata-mata untuk menciptakan loyalitas Pelanggan.

Perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Oleh karna itu perusahaan dituntut untuk bisa memberikan kualitas pelayanan yang sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan agar kepuasan pelanggan dapat tercipta. Adapun salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah kualitas pelayanan dan harga.

Sebagai negara *agraris* dimana sebagian penduduknya bekerja disektor pertanian kota bogor merupakan salah satu kota yang aktif dalam sector pertanian. Berdasarkan survei yg dilakukan anak-anak muda Kota Bogor sepakat bahwa sektor pertanian masih sangat penting untuk pemenuhan pangan. Sebanyak 103 responden (57,2%) menyatakan

sangat setuju bahwa pertanian itu penting. Selebihnya, sejumlah 73 responden (40,6%) menyatakan setuju dan hanya 4 responden (2,2%) yang menyatakan sangat tidak setuju jika pertanian itu penting.

Dalam survei juga terungkap, umunya anak muda perkotaan di kota bogor jika mempersepsi pertanian umumnya masih menerapkan pola pertanian konvensional. Teknik budi daya konvensional yang dimaksud adalah Teknik budidaya yang menggunakan input dari luar lebih banyak dibandingkan mengoptimalkan ekosistem. Selain tidak ramah lingkungan dan berbahaya bagi kesehatan, Teknik budidaya konvensional juga akan boros dalam segi biaya karena input dari luar yaitu pestisida, pupuk dalam jumlah besar.

Ketergantungan terhadap pupuk yang tinggi dan terus menerus akan berakibat pada menurunnya kualitas tanah, menurunnya kapasitas tanah dalam menahan air, dan pencemaran lingkungan. Berlawanan dengan itu Teknik budi daya yang ramah lingkungan seharusnya dapat diterapkan dengan baik.

Terlepas dari kesadaran responden bahwa lahan pertanian dikota bogor menyusut dan pola pertanian dan masih menerapkan pola konvensional yang tidak ramah lingkungan namun anak-anak muda

masih menganggap pertanian merupakan sector yang menjanjikan. Dalam hal ini persaingan di agroekosistem yang sehat telah mulai meliputi kota bogor. Berbagai macam produk pupuk organik mulai menggandrungi industri pertanian Kota Bogor. Semata-mata untuk menjaga kesuburan tanah dan tidak mencemari lingkungan.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan ?
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan ?
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan ?

II. Metodologi Penelitian

Variabel dan Pengukuran

Variabel yang digunakan sendiri terdiri dari 2 variabel bebas (*Independen*) yaitu *personal selling* dan *salels promotion* dan variabel terikat (*dependen*) keputusan pembelian.

maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indicator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain.

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Ragu-ragu
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

1. Untuk jawaban SS, yaitu sangat setuju diberi skor 5
2. Untuk jawaban S, yaitu setuju diberi skor 4
3. Untuk jawaban CS, yaitu cukup setuju diberi skor 3
4. Untuk jawaban TS, yaitu tidak setuju diberi skor 2
5. Untuk jawaban STS, yaitu sangat tidak setuju diberi skor 1

Prosedur Penarikan Sampel

Penentuan jumlah sampel menurut solvin di dalam buku (Firdaus, 2016, hlm. 35) Berdasarkan pada tingkat kepercayaan yang digunakan dan jumlah populasi, yang ditentukan dengan rumus :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$\frac{100}{1 + 100(0,1)^2} = \frac{100}{1 + 100(0,01)} =$$

$$\frac{100}{1+1} = \frac{100}{2} = 50 \text{ sampel}$$

Dimana:

N = Jumlah Populasi

E = Tingkat Kesalahan ($\alpha = 10\%$)

n = Jumlah Sampel

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara, Kuesioner yaitu menyebarkan angket pertanyaan kepada pemilik outlet yang bekerja sama dengan PT Distribusi Voucher Nusantara.

Adapun sumber data dari penelitian ini adalah:

- a. Primer: sumber data yang dapat diperoleh dari penyebaran langsung angket pertanyaan (kuisoner) kepada outlet yang bekerja sama dengan PT Distribusi Voucher Nusantara
- b. Sekunder: data yang dipublikasikan dari pihak PT. Distribusi Voucher Nusantara

Metode Analisis Data

Untuk melakukan uji hipotesis (Suryabrata, 2015, hlm. 23) "menyatakan bahwa, ada beberapa ketentuan yang perlu diperhatikan yaitu merumuskan hipotesis nol (H_0) dan harus disertai pula dengan hipotesis alternatif (H_a)

III. Hasil dan Pembahasan

Setelah kuisioner dibuat dan disebar, diisi oleh reponden. Yang mana data tersebut akan diolah dan dihitung dengan aplikasi komputer yang kemudian akan muncul hasil berupa angka. Dan angka tersebut akan diperuntungkan sesuai dengan bagiannya. Untuk validitas dan reliabilitas terdapat keseluruhan item variable penelitian yaitu Kualitas Produk, Pelayanan dan Loyalitas Pelayanan yang mempunyai

$r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu pada signifikan 95% ($\alpha = 0,05$) dan $n = 100$ diperoleh $r_{tabel} = 0,197$, sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan item variable penelitian adalah valid untuk digunakan sebagai instrument dalam penelitian atau pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dapat digunakan mengukur variabel yang diteliti. Dengan menggunakan teknik formula *Cronbach's Alpha* dan dengan menggunakan aplikasi computer. Uji reliabilitas dapat dilakukan bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan dan jika nilai Alpha $> 0,60$ maka dapat dikatakan diterima atau reliable.

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Loyalitas Pelanggan(Y)

Korelasi Kualitas Pelayanan (X_1) dan Loyalitas Pelanggan (Y) Hasil perhitungan diatas, $R = 0,712$ terletak pada interval (0,60 – 0,670), berdasarkan Tabel hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X_1 (persepsi terhadap Kualitas Pelayanan) dan Y (persepsi terhadap Loyalitas Pelanggan) adalah kuat dan positif. Berarti apabila X_1 naik maka Y juga naik.

diketahui persamaan regresinya $Y = 2,463 + 0,837 X$ dimana 2,463 adalah bilangan konstanta yang berarti yang apabila variabel bebas yaitu X_1 (kualitas pelayanan) sama dengan nol, maka besarnya variabel Y (Loyalitas Pelanggan) 2,463. nilai koefisien regresi sebesar 0,837 artinya jika variabel X meningkat satu maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,837.

dilihat hasil koefisien determinasi sebesar 0,506 atau (50,6%) memberikan arti bahwa besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 50,6%, sedangkan sisanya 49,4% dipengaruhi oleh factor-faktor lain yang juga mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

Analisis Pengaruh Harga (X₂) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Hasil perhitungan diatas, $R = 0.800$ terletak pada interval $(0,80 - 0,800)$, berdasarkan Tabel 4.16 hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X₂ (persepsi terhadap Pelayanan) dan Y (persepsi terhadap Loyalitas Pelanggan) adalah sangat kuat dan positif. Berarti apabila X₂ naik maka Y juga naik.

dapat diketahui persamaan regresinya $Y = 4.497 + 1.004 X$ dimana 4.497 adalah bilangan konstanta yang berarti yang apabila variabel bebas yaitu X (Kualitas Harga) sama dengan nol, maka besarnya variabel Y (Loyalitas Pelanggan) 4.497. nilai koefisien regresi sebesar 1.004 artinya jika variabel X meningkat satu maka variabel Y akan meningkat sebesar 1,004.

dapat dilihat hasil koefisien determinasi sebesar 0,640 atau (64%) memberikan arti bahwa besarnya pengaruh Kualitas Harga terhadap Loyalitas Pelanggan, dan selebihnya sebesar 36% dan faktor-faktor lainnya juga mempengaruhi Loyalitas

Pelanggan.

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (X₁) dan Harga (X₂) Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

dapat diketahui hasil hubungan antara Kualitas Produk dan Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,836. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel X₁ (Kualitas Pelayanan) variabel X₂ (Harga) secara Bersama-sama dengan variabel Y (Loyalitas Pelanggan).

diketahui bahwa persamaan regresinya adalah $Y = 0,749 + 0,380 X_1 + 0,735 X_2$, variabel X₁ sebesar 0,380 ini berarti hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Loyalitas adalah positif atau setiap kenaikan nilai skor variabel Kualitas

Pelayanan sebesar 1 poin, maka akan meningkatkan nilai keputusan pembelian 0,380.

dapat dilihat hasil koefisien determinasi sebesar 0,698 atau (69,8%) memberikan arti bahwa besarnya pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan D'Besto, dan sebaliknya sebesar 30,2% berasal dari faktor-faktor lain yang juga mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

IV. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan analisis tentang Kualitas Pelayanan perusahaan dan Kualitas Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Agrotech Pesticida Industry serta didukung oleh teori-teori dan perusahaan pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan perusahaan PT. Agrotech Pesticida Industry memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Agrotech Pesticida Industry.

1. Hal tersebut dibuktikan dari hasil penelitian yang di uji dengan SPSS:

a) Uji t : Hasil Uji t untuk variabel X₁ (Kualitas Pelayanan) diperoleh nilai t hitung = 10.026 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai probabilitas signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi uji $(0,000 < 0,05)$, maka variabel variabel X₁ (kualitas Jasa) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan produk.

b) Analisis Regresi Linier Berganda : dari Uji ini didapatkan persamaan regresi standar $Y = a + 0,837 X_1 + 1,004 X_2$. Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui ketika nilai variabel X₂ (Harga) memiliki nilai = 0 maka variabel X₁ (Kualitas Pelayanan) memiliki nilai koefisien

= 0,506 berpengaruh terhadap variabel Y (Loyalitas Pelanggan).

- c) Koefisien Determinasi : Hasil uji koefisien Determinasi X_1 didapatkan nilai koefisien determinasi = 0,506 dari nilai tersebut dapat dijelaskan bahwa keputusan konsumen di pengaruhi variabel kualitas jasa perusahaan sebesar 50,6 % dan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain.
2. Berdasarkan analisis data dipenelitian ini dapat disimpulkan, bahwa tingkat Kualitas Harga memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Agrotech Pesticida Industry. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian yang di uj dengan SPSS :
 - a) Uji t : Hasil Uji t didapatkan t variabel X_2 (Harga) = 13,201 dengan tingkat signifikansi 0,000 karena niali probabilitas signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi uji ($0,000 < 0,05$), maka variabel X_2 (Harga) secara parsial berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Loyalitas Pelanggan.
 - b) Analisis Regresi Linier berganda : dari Uji ini didapatkan persamaan regresi standar $Y = a + 0,837 X_1 + 1,004 X_2$. Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui ketika niali variabel X_1 (kualitas pelayanan) memlikki nilai = 0 maka variabel X_2 (Harga) memiliki nilai koefisien = 0,640 berpengaruh terhadap variabel Y (Loyalitas Pelanggan).
 - c) Koefisien Determinasi : Hasil Uji Koefosien Determinasi X_2 didapatkan niali koefisien determinasi = 0,640 dari nilai tersebut dapat dijelaskan bahwa Kualitas Harga di pengaruhi variabel Loyalitas Pelanggan
3. Berdasarkan analisis data di penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kulaitas Pelayanan dan Harga bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Agrotech Pesticida Industry. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian yang di uji dengan SPSS:
 1. Uji Validitas : Hasil Uji Validitas menunjukkan $N = 100$ dengan presentase validitasi 100% valid
 2. Uji Reliabilitas : Hasil Uji didapatkan nilai koefisien alpha sebesar 0,913 untuk variabel X_1 , 0,925 untuk variabel X_2 , 0,732 untuk variabel Y, menunjukkan kuesioner untuk variabel X_1, X_2 dan Y cukup handal.
 3. Uji Multikolinieritas : Hasil Uji variabel didapat nilai VIF = 1,787 (kurang dari 10), menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas untuk variabel X_1 dan X_2 .
 4. Uji Heterokedastisitas : Hasil Uji menunjukkan tidak ditemukan pola yang jelas / menumpuk di Scatterplot, terbukti bahwa tidak ada gangguan pada model regresi variabel X_1 dan X_2 .
 5. Uji Normalitas : Hasil menunjukkan grafik titik-titik pada P-plot berada tidak jauh dari garis diagonal, terbukti model regresi variabel berdistribusi normal.
 6. Uji F : Hasil Uji f kedua variabel X_1 (kualitas pelayanan) dan X_2 (Harga) diperoleh nilai f hitung = 112,287 dengan tingkat signifikansi 0,000 (batas signifikansi = 0,05) tingkat signifikansi < batas signifikansi ($0,000 < 0,05$), ini berarti bahwa kedua variabel memiliki pengaruh

sebesar 64,0 % dan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain.

yang signifikan terhadap variabel Y (Loyalitas Pelanggan).

7. Koefisien Determinasi : Hasil Uji Koefisien Determinasi didapatkan nilai koefisien determinasi variabel X1 dan X2 secara serempak mempunyai nilai =0,698, ini berarti variabel X1 dan X2 secara serempak berpengaruh sebesar 69,8% terhadap variabel Y, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, adapun saran yang diajukan untuk dapat dijadikan bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi PT. Agrotech Pesticida Industry antara lain sebagai berikut :

1. Perusahaan harus memberikan training kerja kepada karyawan karena karyawan merupakan asset penting bagi perkembangan perusahaan. untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan keterampilan kerja.
2. Perusahaan harus meningkatkan kualitas produk agar harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diharapkan konsumen.
3. Dari penelitian yang dilakukan, ternyata masih ada kemungkinan variabel yang mempengaruhi tingkat Loyalitas Pelanggan selain 2 variabel yang diteliti. Alangkah baiknya perusahaan melakukan evaluasi terhadap variabel lain tersebut.

Daftar Pustaka

- Ginting, Nembah F.Hartimbul. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Cv.Yrama Widya, 2011.
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta,Cv, 2015.
- Sudaryono, Dr. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta, 2016.