

**PENGARUH HARGA, KEPUASAN, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
TOKO DISTRO BETTERDAYS**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1 pada
Jurusan Ekonomi dan Bisnis Fakultas Ekonomi

Oleh:

DUWI MURDIYANTO
B100130201

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH HARGA, KEPUASAN, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
TOKO DISTRO BETTERDAYS**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

Duwi Murdiyanto

B100130201

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



(Drs. Kusdiyanto, S.E., M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA, KEPUASAN, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
TOKO DISTRO BETTERDAYS**

Yang ditulis oleh:

Duwi Murdiyanto
B100130201

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta pada hari Senin, 5 Februari 2017 dan Dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji:

1. Drs. Kusdiyanto, M.Si.
Ketua Dewan Penguji
2. Rini Kuswati, S.E.,M.Si.
Sekertaris Dewan Penguji
3. Kussudiyarsana, S.E.,M.Si.,P.hD
Anggota Dewan Penguji



Mengetahui Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Syamsudin, M.M)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis orang lain, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang telah saya jelaskan sumbernya.

Apabila kelak ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 03 Februari 2017

Penulis



Duwi Murdiyanto

PENGARUH HARGA, KEPUASAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO DISTRO BETTERDAYS

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis dan menguji pengaruh harga, kepuasan, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan toko distro Betterdays. Jenis penelitian ini mengacu pada pendekatan positif, yaitu pendekatan yang memulai riset dengan hipotesis dan kemudian dilanjutkan dengan pengujian hipotesis. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan toko distro Betterdays. Sampel penelitian ini terdiri dari 50 sampel dengan metode pengambilan sampel *convenience sampling* dan *random sampling*. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dan selanjutnya uji asumsi klasik yang terdiri dari empat uji, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji otokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

Hasil dari penelitian diperoleh hasil bahwa variabel kepuasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan variabel harga dan kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel independen yang terdiri dari harga, kepuasan, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 36% loyalitas pelanggan toko distro Betterdays dipengaruhi oleh harga, kepuasan, dan kualitas produk.

Kata kunci : Harga, Kepuasan, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan

Abstract

This research aims to analyze and test the influence of price, satisfaction, and product quality to customer loyalty store distro Betterdays. This type of research refers to a positive approach, the approach that initiates research with the hypothesis and then proceed with hypothesis testing. The population of this study is all customers distro stores Betterdays. The sample of this study consisted of 50 samples with sampling method convenience sampling and random sampling. Analysis technique in this research is multiple linear regression and then classical assumption test consist of four test, that is normality test, multicollinearity test, autocorrelation test and heteroscedasticity test.

The result of this research shows that partial satisfaction variable has a significant effect on customer loyalty, whereas price and product quality variables partially have no significant effect on consumer satisfaction. Independent variables consisting of price, satisfaction, and product quality together have a significant effect on customer loyalty. 36% customer loyalty store distro Betterdays influenced by price, satisfaction, and product quality.

Keywords: Price, Satisfaction, Product Quality, Customer Loyalty

1. PENDAHULUAN

Persaingan pasar yang semakin ketat secara tidak langsung akan mempengaruhi usaha suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar. Perusahaan dituntut untuk memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya dengan menawarkan atau menjual produk yang berkualitas disertai pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Apabila hal tersebut dapat dilakukan, perusahaan akan berkesempatan mendapat keuntungan yang lebih bila dibandingkan dengan pesaing dan hal tersebut saat ini sedang terjadi pada toko distro di Surakarta.

Persaingan toko distro di Surakarta sangatlah ketat, ada banyak toko distro yang aktif beroperasi di kota Surakarta dan melakukan berbagai strategi pemasaran agar dapat menarik minat konsumen. Diantara sekian banyak strategi pemasaran yang diterapkan, yang paling populer dilakukan adalah persaingan melalui penetapan harga yang kompetitif. Harga ialah sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual. Banyak perusahaan mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya. Adapun tujuan tersebut dapat berupa meningkatkan penjualan, mempertahankan market share, mempertahankan stabilitas harga, mencapai laba maksimum dan sebagainya.

Harga yang baik dan kepuasan konsumen yang baik ditentukan oleh kualitas produk. kualitas adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Berdasarkan pendapat ini diketahui bahwa kualitas barang ditentukan oleh tolak ukur penilaian. Semakin sesuai dengan standar yang ditetapkan dinilai semakin berkualitas. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen.

Di kota Surakarta terdapat toko distro yang cukup terkenal yaitu toko distro Betterdays. Untuk dapat bersaing di pasaran toko distro Betterdays

selalu menetapkan harga yang kompetitif, memperhatikan kepuasan konsumen dan kualitas produk, hal ini dilakukan oleh toko distro Betterdays karena dengan melakukan hal tersebut diharapkan toko distro Betterdays dapat menguasai market share yang berada di area Surakarta.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini mengacu pada pendekatan positif, yaitu pendekatan yang memulai riset dengan hipotesis dan kemudian dilanjutkan dengan pengujian hipotesis.

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan mengambil data primer. Data primer adalah data yang diperoleh melalui survey, angket, atau wawancara yang akan diajukan kepada responden.

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Metode menunjuk pada suatu cara yang dapat diperlihatkan penggunaannya, misalnya melalui angket, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi dan sebagainya.

Karena penelitian ini bersifat kuantitatif maka data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Yaitu data yang didapat dari hasil survey.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, yaitu hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data dari 50 responden yang menjadi pelanggan toko distro Betterdays melalui daftar pertanyaan di dapat kondisi responden tentang jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pekerjaan. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian. Gambaran umum dari responden sebagai obyek penelitian tersebut satu per satu dapat diuraikan seperti pada bagian berikut:

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang jenis kelamin dari responden yang dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	40 orang
Perempuan	10 orang
Jumlah	50 orang

Sumber: Data primer yang diolah, 2017 (lampiran 2)

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak daripada responden dengan jenis kelamin perempuan. Didapatkan responden laki-laki sebesar 80% (40 orang) dan responden perempuan sebesar 10% (10 orang). Hal ini menunjukkan bahwa responden pelanggan toko distro Betterdays didominasi oleh laki-laki daripada perempuan.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang tingkat pendidikan dari responden yang dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 2 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Jurusan	Jumlah
SMA	17 orang
D3	13 orang
S1	20 orang
Jumlah	50 orang

Sumber: Data yang diolah, 2017 (lampiran 2)

Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa dari 50 orang pelanggan toko distro Betterdays didominasi oleh responden yang memiliki tingkat pendidikan

S1, yaitu sebesar 40% (20 orang). Sedangkan responden berpendidikan SMA sebesar 34% (17 orang). Dan responden berpendidikan D3 sebesar 26% (13 orang).

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang pekerjaan dari responden yang dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tahun Angkatan	Jumlah
Mahasiswa	6 orang
PNS	14 orang
Swasta	17 orang
Wiraswasta	13 orang
Jumlah	50 orang

Sumber: Data primer yang diolah, 2017 (lampiran 2)

Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa pelanggan toko distro Betterdays didominasi oleh karyawan swasta sebesar 34% (17 orang), kemudian PNS 28% (14 orang), dan wiraswasta sebesar 26% (13 orang), yang terakhir adalah mahasiswa sebesar 12% (6 orang).

Dari hasil uji F diatas dapat diketahui bahwa semua variabel independen yang terdiri dari harga, kepuasan, dan kualitas produk bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan toko distro betterdays. Dimana diperoleh F hitung sebesar 8,632 dengan tingkat signifikansi 0,000.

Nilai R square pada penelitian ini, yaitu 0,360, artinya 36,0% variabel loyalitas pelanggan toko distro betterdays dapat dijelaskan oleh variabel kesadaran harga, kepuasan, dan kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 64,0% dijelaskan oleh faktor-faktor yang lain. Rendahnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen terjadi karena keterbatasan peneliti dalam memasukkan jumlah variabel independen ke dalam model.

Berdasarkan uji regresi didapatkan hasil 0,170, dengan signifikansi 0,175 yang berarti bahwa variabel harga (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan toko distro betterdays. Sedangkan variabel (X_2) kepuasan mendapatkan hasil 0,438, dengan signifikansi 0,010 yang berarti

bahwa variable kepuasan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan toko distro betterdays. Variable kualitas produk (X_3) mendapatkan hasil 0,001, dengan signifikansi 0,996 yang berarti bahwa variable kualitas produk (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan toko distro betterdays. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh As'ad dan Noermijati (2013) yang menyatakan bahwa melalui kepuasan pelanggan loyalitas pelanggan tercipta. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini mungkin dikarenakan Toko Distro Betterdays merupakan toko distro yang cukup terkenal, sehingga ketika seorang konsumen melakukan pembelian di Toko Distro Betterdays akan mendapatkan kepuasan tersendiri tanpa memperhatikan harga dan kualitas produk.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai R square pada penelitian ini, yaitu 0,360, artinya 36,0% variabel loyalitas pelanggan toko distro betterdays dapat dijelaskan oleh variabel kesadaran harga, kepuasan, dan kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 64,0% dijelaskan oleh faktor-faktor yang lain.
- 2) harga, kepuasan, dan kualitas produk bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan toko distro betterdays. Dimana diperoleh F hitung sebesar 8,632 dengan tingkat signifikansi 0,000.
- 3) Variabel harga dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan toko distro betterdays. Sedangkan faktor kepuasan

berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan toko distro betterdays.

Hal ini sesuai dengan hasil uji regresi linear berganda dan uji parsial (uji t).

- 4) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini mungkin dikarenakan Toko Distro Betterdays merupakan toko distro yang cukup terkenal, sehingga ketika seorang konsumen melakukan pembelian di Toko Distro Betterdays akan mendapatkan kepuasan tersendiri tanpa memperhatikan harga dan kualitas produk.

4.2 saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Berkaitan dengan loyalitas pelanggan toko distro betterdays, sebaiknya pemilik (*owner*) toko distro betterdays harus memperhatikan kepuasan agar dapat menguasai pasar.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah objek penelitian, jumlah sampel, serta variabel yang lainnya, agar didapatkan hasil penelitian yang lebih beragam dan lebih valid.
- 3) Diharapkan bagi penelitian selanjutnya menambahkan variabel merek, karena diduga merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cannon *et al.* 2008. *Basic Marketing* 6th ed. New York: McGraw-Hill International Edition.
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fandy, Tjiptono, 2011, Pemasaran Jasa, Bayumedia, Malang.
- Handoko T. Hani 2002, Manajemen; Edisi Kedua, Cetakan Ketigabelas Yogyakarta : BPFE
- Hasan, Ali. 2009. *Edisi Baru Marketing*. Jakarta: PT Buku Kita
- Heizer, Jay and Barry Render. 2005. *Operation Management*, 7th edition. Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Mowen, J dan Minor, 2001. *Perilaku Konsumen*, Erlangga: Jakarta
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Solomon. 2004. *Consumer Behaviour*. New Jersey: Pearson Education, Inc.,