

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PERUSAHAAN *SMARTPHONE MERK SAMSUNG*
(Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah
Surakarta)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

Oleh :

DEWI AGUSTYANI KUSUMA

B100150218

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

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PERUSAHAAN *SMARTPHONE*
MERK SAMSUNG (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas
Muhammadiyah Surakarta)**

NASKAH PUBLIKASI

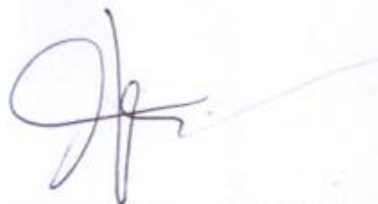
Oleh :

DEWI AGUSTYANI KUSUMA

B100150218

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen Pembimbing



Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PERUSAHAAN *SMARTPHONE*
MERK SAMSUNG (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas
Muhammadiyah Surakarta)**

Yang diajukan oleh :

DEWI AGUSTYANI KUSUMA

B100150218

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada tanggal 9 Februari 2019

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si

Dewan Penguji :

1. **Basworo Dibyo, S.E., M.Si.**

(Ketua Dewan Penguji)

2. **Dra. Wuryaningsih DL, M.M.**

(Sekretaris Dewan Penguji)

3. **Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si.**

(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)

Dekan



(Dr. Syamsudin, SE M.M.)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya akan mempertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 9 Februari 2019

Penulis,



DEWI AGUSTYANI KUSUMA

B100150218

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PERUSAHAAN *SMARTPHONE*
MERK SAMSUNG (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas
Muhammadiyah Surakarta)**

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan perusahaan *smartphone merk* Samsung oleh Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta (2) pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan perusahaan *smartphone merk* Samsung oleh Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta (3) pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan perusahaan *smartphone merk* Samsung oleh Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta. Jenis penelitian yang dilakukan adalah dengan metode *deskriptif analisis*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di kalangan Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 112 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (2) variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (3) variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, dan loyalitas pelanggan.

Abstract

The purpose of this study was to find out: (1) the influence of service quality on customer loyalty of Samsung brand smartphone companies by FEB Students of Muhammadiyah University Surakarta (2) the effect of prices on customer loyalty of Samsung brand smartphone companies by FEB students of Muhammadiyah University Surakarta (3) quality influence service and price towards customer loyalty of Samsung brand smartphone companies by FEB Students of Muhammadiyah University of Surakarta. The type of research conducted is descriptive analysis method. The population in this study were consumers among FEB students of Muhammadiyah University Surakarta. The sampling technique uses accidental sampling with a total sample of 112 respondents. Data collection techniques using questionnaires and data analysis techniques used to answer the hypothesis are multiple regression. The results of this study indicate that: (1) service quality variables have no significant effect on customer loyalty (2) Price variables have a significant effect on customer loyalty (3) variable service quality and price have an effect on customer loyalty.

Keywords: service quality, price, and customer loyalty.

1. PENDAHULUAN

Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan, hal tersebut menarik untuk diteliti karena mengacu pada penelitian terdahulu yang tentunya memberikan hasil yang beragam, dibuktikan dalam penelitian yang telah dilakukan oleh (Kaura, 2015; Nela dan Hakim 2015; Putra dan Suryoko, 2016; Bulan, 2016; Suratno dkk, 2016; Keshavarz dkk, 2016; Winata dan Fiqri, 2017), hasil lebih besar menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan pemberian harga, maka semakin setia pelanggan pada suatu perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nela dan Hakim, 2015) menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan loyalitas konsumen. Hal ini juga berlaku dalam penelitian yang dilakukan oleh (Kaura, 2015) berpendapat bahwa kualitas layanan dan harga juga berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan. Peneliti menyebutkan bahwa, pakaian karyawan dan tampilan visual sangat penting untuk pelanggan berhubungan dengan kualitas pelayanan, dan untuk permasalahan harga, pelanggan akan loyal atau setia terhadap perusahaan apabila harga akan dikatakan wajar apabila tidak ada biaya yang tersembunyi.

Putra dan Suryoko, (2016) harga dan kualitas pelayanan secara parsial mempengaruhi loyalitas pelanggan, dan secara simultan juga menunjukkan kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, juga disebutkan bahwa kualitas pelayanan lebih mendominasi memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan daripada variable harga. Menurut Suratno dkk, (2016) kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau penyedia jasa baik maka pelanggan akan setia terhadap penyedia jasa tersebut, atau dengan kata lain kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Bulan, (2016) mengatakan bahwa kualitas layanan atau *service quality* dan harga atau *price* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa, dan berpendapat bahwa variable kualitas layanan dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sementara menurut penelitian yang

dilakukan oleh Keshavarz dkk, (2016), disebutkan bahwa manajer harus mempertimbangkan unsur-unsur yang menarik agar lebih banyak menarik pelanggan dan menumbuhkan kesan dihati pelanggan, selain itu manajer harus membuat strategi baru agar pelanggan tetap setia terhadap perusahaan.

Winata dan Fiqri, (2017) menyatakan bahwa harga menjadi pertimbangan sendiri bagi pelanggan dalam menentukan produk atau jasa mana yang akan digunakan, selain harga factor kualitas pelayanan juga menjadi salah satu strategi yang digunakan dalam menciptakan kesetiaan pelanggan, atau dengan kata lain agar pelanggan tetap loyal terhadap suatu produk, jasa, atau perusahaan maka suatu perusahaan akan membuat suatu penetapan harga yang sesuai dengan pangsa pasar dan kondisi masyarakat sekitar, selain itu perusahaan juga harus memberikan suatu pelayanan yang baik, bermutu, cepat, sopan agar memberikan kesan yang baik terhadap pelanggan.

Dari beberapa pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, maka dari itu peneliti tertarik untuk mengambil judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas PelangganPerusahaan Smartphone Merk Samsung**”.

2. METODE

Penelitian yang digunakan oleh penulis merupakan jenis penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan statistika (Bulan, 2016). Desain penelitian *explanatory* dengan jenis penelitian deskriptif, yaitu peneliti akan melakukan pengujian terhadap hipotesis-hipotesis dan menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yaitu kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

Metode yang dipakai peneliti untuk mendapatkan data dengan metode kuesioner, dimana dalam metode tersebut digunakan untuk mendapatkan data langsung dari responden.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi data dalam penelitian ini tentang karakteristik responden yang berdasarkan jenis kelamin, program studi, dan uang saku mahasiswa sebagai responden. Adapun hasilnya dibuktikan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil karakteristik responden tentang jenis kelamin rata-rata yang mendominasi adalah perempuan yaitu sebanyak 75 responden atau sebesar 67% dan jenis kelamin laki-laki sebanyak 37 responden atau sebesar 33%.

Berdasarkan hasil karakteristik responden tentang program studi didominasi oleh program studi Manajemen yaitu sebanyak 83 orang atau sebesar 74,1% kemudian diikuti IESP sebanyak 17 orang atau sebesar 15,2%, program studi Akuntansi sebanyak 12 orang atau sebesar 10,7%.

Uji validitas dalam penelitian ini di gunakan untuk mengetahui ketepatan alat ukur dalam pengukuran ini yang berasal dari pertanyaan questioner untuk menguji ketepatan fungsi ukur. Uji validitas digunakan untuk menguji item pertanyaan kuesioner dengan skor total dari setiap pertanyaan tersebut dan selanjutnya item pertanyaan yang valid atau relevan akan digunakan untuk pengujian berikutnya. Metode yang digunakan dalam uji validitas yaitu dengan menggunakan metode CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) untuk menghasilkan keakuratan yang tinggi dari setiap instrumen penelitian. Penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan, harga dan loyalitas pelanggan. Hasil yang didapat sebagai berikut:

Pengujian di atas menggunakan factor loading 0,3. Dari variabel kualitas pelayanan, harga dan loyalitas pelanggan pada pengujian di atas didapatkan bahwa item pertanyaan kualitas pelayanan, harga dan loyalitas pelanggan, berdasarkan hasil tahap ketujuh semua dapat mengelompok, akan tetapi pertanyaan dikatakan valid apabila memiliki nilai di atas 0,3, akan tetapi pada pertanyaan harga terdapat dua item sehingga data tersebut belum valid, maka tidak dapat di generalisasikan pada mahasiswa FEB UMS. Sedangkan hasil perhitungan menggunakan KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin-Measure of Sampling Adequacy*) di dapatkan hasil yang mengelompok pada setiap item pertanyaan. Hasil penelitian KMO (*Kaiser-Mayer-Olkin-Measure of Sampling Adequacy*)

pada tabel IV.10 menunjukkan angka 0,734 yang dimana bernilai diatas 0,3 dan nilai Bartlett's Test bernilai 0,000 yang dimana hasil tersebut signifikan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa instrumen tersebut telah memenuhi syarat valid.

Uji reliabilitas adalah tingkat keandalan suatu alat pengukuran dalam mengukur suatu peristiwa atau kejadian, dengan syarat nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Status
1.	Kualitas pelayanan	0,569	Tidak Reliabel
2.	Harga	0,663	Reliabel
3.	Loyalitas Pelanggan	0,619	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa terdapat tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel kualitas pelayanan, harga, dan loyalitas pelanggan. Variabel harga dan loyalitas pelanggan memiliki *Cronbach Alpha* diatas 0,6 sehingga pengujian ini dikatakan reliabel. Sedangkan pada variabel kualitas pelayanan memiliki *Cronbach Alpha* dibawah 0,6 yaitu 0,569, maka variabel kualitas pelayanan tidak reliabel.

3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,775 dengan nilai $p > 0,05$, maka menunjukkan bahwa H_0 diterima, artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan tidak terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kaura (2015), Suratno dkk (2016), dan Bulan (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3.2 Pengaruh Harga terhadap Pembentukan Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,633 dengan nilai $p < 0,05$, maka menunjukkan bahwa H_0 ditolak, artinya harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan terbukti kebenarannya.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Nela dan Hakim (2015) yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan Berdasarkan hasil uji F dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini dapat dilihat dari F_{hitung} 24,915 yang lebih besar dari F_{tabel} 3,98 dibuktikan dengan nilai $p < 0,05$.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian analisis dan pembahasan peneliti dapat menyimpulkan: kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta, Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta, Variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap loyalitas pelanggan, Nilai koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini diperoleh nilai 0,314. Artinya 31,4% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan harga. Sedangkan sisanya sebesar 68,6% dijelaskan oleh faktor-faktor yang lain diluar variabel penelitian.

Saran peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut : Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan beberapa variabel independen tidak hanya pada variabel citra merek dan harga saja dalam mempengaruhi keputusan pembelian, Bagi peneliti selanjutnya agar menambahkan jumlah sampel yang

diteliti agar hasil penelitiannya lebih baik lagi, Bagi peneliti yang lain sebaiknya menambahkan variabel yang diteliti tidak hanya variabel citra dan harga saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Bulan, T.P.L. (2016), “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurin Agen Kota Langsa”. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol.5. No.2. Hal. 592-602.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS IBM SPSS 1*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Kaura, V. (2015), “*Service Quality, Service Convenience, Price and Fairness, Customer Loyalty, and The Mediating Role of Customer Satisfaction*”. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33 Iss 4 pp.-
- Keshavarz, Y. Jamshidi, D. and Bakhtazma, F. (2016), “*The Influence of Service Quality On Restaurants’ Custome Loyalty*”. *Arabian Journal of Business and Management Review*, Vol. 6 No.4.
- Nela, F. dan Hakim, L. (2015), “Analisis Promosi Harga, Citra Merk, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas”. *Jurnal Among Makarti*, Vol.8. No.15. Hal. 94-107.
- Normasari, S. Kumadji, S. dan Kusumawati, A. (2013), “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan”. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6. No. 2.
- Putra, R. dan Suryoko, S. (2016), “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variable Intervening”. *Jurnal Administrasi Universitas Diponegoro*. Hal. –
- Setiawan, M.B. dan Ukudi. (2007), “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah PD BPR Bank Pasar Kendal”. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Vol. 14. No.2. Hal. 212-227.
- Sukmawati, I. dan Massie, J.D.D. (2015), “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimediasi Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Air Manado”. *Jurnal EMBA*, Vol. 3. Hal. 729-742.
- Suratno. Farhoni, A. dan Haryono, A.T. (2016), “Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan sebagai Variable Intervening Pada PT. Pelabuhan Indonesia III Semarang”. *Journal Of Management*, Vol 2 No.2. Hal. –

Winata, A. dan Fitri, I.A. (2017), “Pengaruh Harga dan Kualitas Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Emersia di Bandar Lampung”. *Jurnal Management Magister*, Vol 3 No. 2.