

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. TUNTUNGAN INDAH LESTARI RAYA MEDAN

Roza Maya Sari<sup>1</sup>, E fry Kurnia<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Prima Indonesia,

<sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

email : <sup>1</sup>rozamayasari@uprimdn.ac.id, <sup>2</sup>efrykurnia@umsu.ac.id

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen secara langsung. Penelitian ini dilakukan di PT. Tuntungan Indah Lestari Raya yaitu sebuah perusahaan pelayanan yang menyediakan arena golf dan fasilitasnya yang ada di kota Medan. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan sampel 80 responden yang pernah berkunjung di taman golf tuntungan dan juga para pelanggannya. Teknik sampling yang digunakan yaitu simple random sampling dengan teknik analisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci :** Kualitas pelayanan, harga, kepuasan konsumen

### PENDAHULUAN

Dewasa ini, para pemasar harus mampu mengaktualisasikan setiap harapan konsumen, untuk menciptakan dan meningkatkan kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan. Dimana hal tersebut merupakan kunci keberhasilan yang menjadikannya pembeda dengan pesaing. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Faktor-faktor secara umum dalam kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan yaitu membantu konsumen dan menyediakan pelayanan yang sesuai, pelayanan yang baik dan berkualitas merupakan bagian dari penilaian konsumen, dimana pelayanan yang baik meliputi kecepatan dalam melayani dan ramah dalam melayani konsumen. Hal ini sejalan dengan penetapan harga dimana harga menjadi salah satu penilaian konsumen dalam menciptakan kepuasan.

PT. Tuntungan Indah Lestari Raya Medan adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa penyewaan lapangan golf. Berlokasi di Desa Tuntungan km17-Medan Pancur Batu Sumatera Utara dengan luas lapangan golf kurang lebih 75 ha dengan nama club Bukit Barisan *Country Club* (BBCC). PT. Tuntungan IndahLestari Raya merupakan *management* dari *club* tersebut.

Tabel.1 Data Komplain Kepuasan Konsumen 2017

Bulan	Jum Konsumen	Jum Komplain	Deskripsi
Januari	24	8	1. Masih lambatnya respon karyawan dalam menanggapi masalah konsumen
Februa ri	26	9	
Maret	29	9	2. Kurangnya perawatan lapangan golf
April	22	7	
Mei	25	6	3. Ruang yang kurang bersih
Juni	40	10	
Juli	25	5	4. Karyawan memberikan informasi kurang jelas
Agustu s	29	3	
Septem ber	38	5	5. Karena harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan kepuasan yang mereka dapat saat bermain.
Oktober	30	5	
Novem ber	32	6	6.Harga yang ditawarkan masih terlalu tinggi dengan pesaingan
Desem ber	40	3	

Sumber :PT Tuntungan Indah Lestari Raya Medan,2017.

Berdasarkan Tabel 1 diatas menunjukkan kepuasan konsumen di PT. Tuntungan Indah Lestari Raya Medan masih rendah. Dilihat dari masih terdapat konsumen yang komplain dengan pelayanan yang diberikan PT. Tuntungan Indah Lestari Raya Medan, dan harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan pelayanan yang didapatkan.

### Kepuasan Konsumen

Konsep kualitas pelayanan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi fisik dan kinerja layanan, Zeithaml, Bitner dan Gremler (2009), mengungkapkan bahwa ada lima dimensi yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti Langsung (*Tangible*)
2. Keandalan (*Reliability*),
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*),
4. Jaminan (*Assurance*),
5. Kepedulian/ Empati (*Empathy*)

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2008): “Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa”. Sedangkan menurut (Tjiptono dan Chandra, 2012): “Harga merupakan tugas kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun non-profit”.

1. Reaksi pesaing  
 Ada tiga langkah reaksi pesaing yaitu :
  - a. Produk yang serupa,
  - b. Produk pengganti,
  - c. Produk yang tidak serupa.
2. Bauran pemasaran lainnya  
 Ada tiga langkah bauran pemasaran lainnya yaitu :
  - a. Produk  
 Kegunaan produk, baru atau tidaknya produk, modifikasi produk dan lain-lain.
  - b. Saluran distribusi  
 Tipe saluran dan tipe pialang yang dipergunakan akan mempengaruhi penetapan harga, harga ke grosir tentu berbeda dengan harga ke pengecer.
  - c. Promosi  
 Promosi dilakukan oleh produsen dan jika dilakukan oleh distributor tentu berbeda dalam menetapkan harga kepada distributor.

### METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2015) mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau

sampel. Penelitian dilakukan di PT Tuntungan Indah lestari Raya Medan yang beralamat di Desa Tuntungan km17-Medan Pancur Batu Sumatera Utara. Didapatkan sampel 80 orang responden dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan ( $e$ ) sebesar 10% yang dianalisis dengan menggunakan regresi berganda.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Uji Koefisien Determinan

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan suatu nilai proporsi yang mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel-variabel bebas atau predictornya. Hasil uji koefisien determinasi struktur model pada penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel . Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Model Regresi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.961 <sup>a</sup>	.924	.922	1.52010
1. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Pelayanan.				
2. Dependent Variable:kepuasanKonsumen				

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS versi 16.0

Pada Tabel di atas, Berdasarkan nilai *Adjusted R Square* adalah 0.922 yang artinya bahwa kemampuan variasi variable Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) dapat menjelaskan variabel Kepuasan Konsumen adalah sebesar 92,2% sisanya sebesar 7,8% dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang tidak diteliti seperti citra merek, promosi dan lain-lain.

#### 2. Uji F (secara simultan)

Kemudian untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara simultan antara variabel  $X_1$ , dan  $X_2$  dapat dilihat dari hasil Uji F berdsarkan output SPSS berikut:

Tabel . Hasil Uji Simultan (Uji-F) Model Regresi

ANOVA <sup>b</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regresion	2165.627	2	1082.813	468.610	.000 <sup>a</sup>

Residual	177.923	77	2.311
Total	2343.550	79	

1. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas\_Pelayanan
  2. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen
- Sumber : Hasil Pengolahan SPSS versi 16.0

Tabel diatas, memperlihatkan bahwa F hitung sebesar 468.610 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan F tabel pada tingkat kepercayaan 90% ( $\alpha = 0,1$ ) adalah 2,373. Karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $468,610 > 2,373$ ), maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima. Hal ini berarti ada pengaruh secara signifikan dari variabel Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap variabel Kepuasan Konsumen PT Tuntungan Indah lestari Raya Medan.

Dan secara serempak nilai signifikansi F sebesar 0,000 ( $\alpha < 0,1$ ) sehingga  $H_0$  ditolak, maka hipotesis ketiga dapat diterima yakni kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### 3. Uji t ( secara parsial)

Tabel . Hasil Uji Parsial (Uji-)Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.795	.604		2.971	.004
	Kualitas_Pelayanan	.501	.062	.689	8.059	.000
	Harga	.372	.111	.286	3.345	.001

1. Dependent Variable: kepuasan\_Konsumen
- Sumber : Hasil Pengolahan SPSS versi 16.0

Pada Tabel di atas diperoleh perhitungan persamaan regresi  $Y = 1,795 + 0,501X_1 + 0,372X_2$ , bahwa semua variabel (X) yaitu : kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y) kepuasan konsumen. Analisis dapat dilihat pada tabel 2 juga dapat dilihat hasil koefisien penelitian uji t (parsial yang menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen hal ini terlihat dari nilai signifikan (0,000) dibawah (lebih kecil) dari 0,1. Dan nilai  $t_{hitung}$  (8,059)  $> t_{tabel}$ (1,665) artinya jika ditingkatkan variabel kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka perasaan puas terhadap konsumen akan

meningkat sebesar 0,501 satuan. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ini terlihat dari nilai signifikan 0,1. Dan nilai  $t_{hitung}$  (3.345)  $> t_{tabel}$ (1,665). Artinya jika ditingkatkan variabel harga sebesar satu satuan maka perasaan puas terhadap konsumen akan meningkat sebesar 0,372 satuan Hal ini memberi arti bahwa dengan harga yang baik memberikan dampak positif pada peningkatan kepuasan konsumen.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis  $H_1$  diterima yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT.Tuntungan Indah Lestari Raya Medan. Menurut jurnal Bachtiar (2011), kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk / jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dedy Hariyanto dan Nindria Untarini (2014) menunjukkan bahwa secara parsial dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan memperbaiki fasilitas yang ada dan meningkatkan kemampuan karyawan dalam menangani komplain konsumen secara tidak langsung akan meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Tuntungan Indah Lestari Raya Medan. Hal ini diperkuat berdasarkan teori Tjiptono (2007) Harga, dilihat dari sudut pandang konsumen, seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau

jasa. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga. Menurut penelitian R.Gulla, S.G.Orah dan F.Roring (2015) mengatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Konsumen menganggap harga sesuai dengan manfaat jasa yang ditawarkan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nico Pratama Onasie (2015) menunjukkan bahwa secara parsial dimensi harga yaitu keterjangkaun harga, harga sesuai kualitas, harga sesuai manfaat dan harga bersaing memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, PT. Tuntungan Indah Lestari Raya Medan dalam menerapkan harga produk barang atau jasa, perusahaan pun harus senantiasa memperhatikan sejauh mana harapan konsumen terhadap manfaat/ jasa yang diterima oleh konsumen. Hal ini dapat dibandingkan dengan harga produk serupa yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bachtiar. 2011. Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa dalam Memilih Politeknik Sawunggali Aji Purworejo. *Dinamika Sosial Ekonomi* Vol 7 No. 1
- Dedy Hariyanto dan Nindria Untarini. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Hotel JW Marriot Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 2 No. 4.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Penerbit ANDI, Yogyakarta. 2007. *Strategi Pemasaran. Edisi Kedua*. Penerbit Andi.Yogyakarta
- Tjiptono Fandy dan Chandra Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik*. Penerbit Andi.Yogyakarta
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Cetakan ke-2.Yogyakarta.CAPS.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12.Jakarta. Erlangga.
- Nico Pratama Onasie.2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru. *Jurnal Jom Fekon*. Vol. 2, No.1.
- Roring,F, R.Gulla.,S.G.Orah. 2015. Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. *Jurnal EMBA*. Vol.3. No.1
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah.2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV.Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-3.Yogyakarta : CAPS.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Tuntungan Indah Lestari Raya Medan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka meningkatlah kepuasan konsumen PT. Tuntungan Indah Lestari Raya Medan.
2. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Tuntungan Indah Lestari Raya Medan. Penetapan harga yang tepat dengan nilai manfaat produk yang ditawarkan akan menciptakan kepuasan konsumen di PT. Tuntungan Indah Lestari Raya Medan.
3. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik dengan harga yang sesuai dapat menciptakan peningkatan kepuasan konsumen di PT. Tuntungan Indah Lestari Raya Medan.