

# **PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA TOKO ASF ACCESSORIES GADGET MOJOKERTO)**

Adi Bagus Romadhon<sup>1)</sup>

Eny Setyariningsih<sup>2)</sup>

M. Syamsul Hidayat<sup>3)</sup>

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Majapahit

[Adibagus278@gmail.com](mailto:Adibagus278@gmail.com)

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of price, promotion, and service quality on customer satisfaction of ASF accessories Mojokerto stores. The type of research used by researchers is quantitative research with survey methods. Data collection techniques in this study through questionnaires. The population in this study is ASF accessories customers with a total sample of 163 respondents. The instrument testing technique used is a test of validity and reliability. Data analysis using classical assumption test, multiple linear regression, t test, f test and coefficient of determination using IBM SPSS version 22.0.*

*The results of the study stated that price, promotion, and service quality have a partial effect on customer satisfaction with the value of  $t_{count} > t_{table}$  and significance value  $< 0.05$ . While the results of the F test calculation show price, promotion, and service quality simultaneously affect customer satisfaction with a calculated F value of  $11.039 > F_{table}$  of  $1.564$  with a significant level of  $0.000 < 0.05$ . The results of the analysis of multiple linear regression equations are  $Y = 0.181 (X1) + 0.195 (X2) + 0.151 (X3)$  while the result of the coefficient of determination is  $0.572$  or  $57.2\%$*

*Keywords: Price, Promotion, Service quality and Customer satisfaction*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan toko ASF accessories Mojokerto. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui kuisioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan ASF accessories dengan jumlah sampel sebanyak 163 responden. Teknik pengujian instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS versi 22.0

Hasil penelitian menyatakan bahwa harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung  $> t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Sedangkan hasil perhitungan uji F menunjukkan harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung sebesar  $11,039 > F_{tabel}$   $1,564$  dengan tingkat signifiknsi  $0,000 < 0,05$ . Hasil analisis dari persamaan regresi linier berganda yaitu  $Y = 0,181 (X1) + 0,195 (X2) + 0,151 (X3)$  sedangkan hasil koefisien determinasi sebesar  $0,572$  atau  $57,2\%$

Kata kunci: Harga, Promosi, Kualitas pelayanan dan Kepuasan pelanggan

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi pengguna gadget atau smartphome semakin banyak, hal ini membuat bisnis yang berfokus pada bidang accessories gadget sangat menguntungkan. Meningkatnya jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan harga yang murah, promosi yang menarik dan kualitas pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing guna menciptakan kepuasan pelanggan. Salah satu bisnis usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah ASF Accessories gadget yang berlokasi di jalan kemas setyadi (Depan kuburan telu) Ds. Kedungmaling Kec. Sooko Kab. Mojokerto. Aspek aspek yang perlu di perhatikan agar mampu bersaing dengan kompetitor lain adalah harga, promosi dan kualitas pelayanan karena sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari penjelasan diatas maka permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada ASF accessories gadget ?
- b. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada ASF accessories gadget ?
- c. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada ASF accessories gadget ?
- d. Apakah harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada ASF accessories gadget ?

## KAJIAN PUSTAKA

### Pengertian Harga

Harga merupakan hal yang menjadi pertimbangan oleh konsumen, karena tidak sedikit konsumen yang melihat harga dari nilai jasanya. Indikator harga menurut rosvita (2010:24), ada 3 ukuran yang mncirikan harga yaitu keterjangkauan harga, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan kualitas.

### Pengertian Promosi

Menurut Purnama (2001:69) promosi adalah komunikasi dari para pemasar yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon. Indikator promosi ada 4 yaitu promosi periklanan, personal selling, promosi penjualan, publisitas.

### Pengertian Kualitas pelayanan

Menurut Kotler (2002) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

### Pengertian kepuasan pelanggan

Kotler (1997) dalam lupiyoadi (2006:192) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan.

## METODE PENELITIAN

### Desain penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei.

### Sumber data

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden (Pelanggan ASF Accessories Gadget). Selain data primer, penelitian ini juga membutuhkan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung. Data itu biasanya diperoleh dari tempat penelitian atau perusahaan. Data sekunder disebut juga data tersedia, antara lain: data mengenai jumlah karyawan, struktur organisasi dan peraturan dalam perusahaan.

### Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data penelitian ini yaitu:

#### 1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner, yaitu metode pengumpulan data melalui penyebaran daftar pertanyaan/ kuesioner yang diajukan sehubungan dengan materi penelitian kepada responden yang telah terpilih untuk dijawab, kemudian dari jawaban setiap pertanyaan tersebut ditentukan skornya dengan menggunakan skala likert.

#### 2. Wawancara

Wawancara merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung, mendalam, tidak terstruktur, dan individual (Sunyoto, 2012). Wawancara dilakukan terhadap pelanggan ASF accessories gadget untuk mendapatkan informasi.

#### 3. Observasi

Observasi adalah proses mengenali dan mencatat kejadian serta objek secara relevan (Sunyoto, 2012). Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan mengamati objek secara langsung. Objek adalah pelanggan ASF accessories gadget.

#### 4. Studi Pustaka

Pengumpulan data ini dilakukan melalui pengumpulan data dengan membaca literatur, buku terkait, jurnal-jurnal, dan referensi baik hasil penelitian terdahulu dan terbaru yang ada kaitannya dengan masalah penelitian.

### Tempat dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko ASF Accessories Gadget Mojokerto yang berlokasi di Ds. Kedungmaling Kec. Sooko Kab. Mojokerto. Penelitian ini dilakukan pada bulan juni – juli 2018 di Toko ASF Accessories gadget Mojokerto.

## Populasi dan sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2014:148). Penelitian ini dilakukan di ASF accessories gadget yang berlokasi di Ds. Kedung maling Kec. Sooko Kab. Mojokerto dalam kurun waktu 5 – 15 Juli 2018. Berdasarkan data penjualan, pelanggan yang membeli di toko ASF accessories gadget berjumlah 275 orang. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dan hasil yang diperoleh berjumlah 163 responden.

## Uji instrumen penelitian

### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan mengukur sah atau valid tidaknya suatu penelitian yang akan dilaksanakan. Menurut Sugiyono (2012:361) validitas merupakan Uji Validitas digunakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilakukan peneliti. Pengujian validitas menggunakan ketentuan jika signifikansi dari  $r$  hitung atau  $r$  hasil  $>$   $r$  tabel maka item variabel disimpulkan valid. Dalam rangka mengetahui uji validitas, dapat digunakan koefisien korelasi yang nilai signifikannya lebih kecil dari 5% (level of significanc) menunjukkan bahwa pernyataan tersebut sudah sah / valid sebagai pembentuk indikator.

### b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Umar (2008:7) menyatakan bahwa realibilitas adalah derajat ketetapan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara one shot method atau pengukuran sekali saja. Untuk mengukur realibilitas dengan melihat cronbach alpha. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program SPSS. Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel, dan apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikan 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

## Uji asumsi klasik

### a. Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah mempunyai angka Tolerance diatas ( $>$ ) 0,1, dan mempunyai nilai V IF di di bawah ( $<$ ) 10 (Ghozali, 2011:105).

### b. Uji Heteroskedastisitas

Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut: (a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedastisitas; (b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

### c. Uji Normalitas

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan menggunakan pendekatan grafik Normal P-P Plot Of regresi standard, dengan pengujian ini disyaratkan bahwa distribusi data penelitian harus mengikuti garis diagonal antara 0 dan pertemuan sumbu X dan Y (Ghozali, 2009:160).

Tenik analisis data

Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sunjoyo dkk, 2012). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus (Sugiyono, 2005:211)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana:

a = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> dan b<sub>3</sub> = koefisien regresi

Y = Kepuasan pelanggan

X<sub>1</sub> = Harga (Hrg)

X<sub>2</sub> = Promosi (Prm)

X<sub>3</sub> = Kualitas pelayanan (Kp)

Uji hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk menunjukkan seberapa besar berpengaruhnya satu variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat.
2. Uji simultan (uji f<sub>0</sub>) bertujuan untuk melihat apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial.

Hasil dan pembahasan

Gambaran karakteristik responden

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuisioner maka diperoleh data tentang umur pelanggan toko ASF accessories gadget yang menjadi responden dalam penelitian ini seperti disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel Usia Responden ASF accessories gadget

No	Usia	Jumlah responden	Presentase
1.	15 – 25 tahun	62	38%
2.	26 – 35 tahun	59	36%
3.	36 – 45 tahun	32	20%
4.	46 – 55 tahun	10	6%
JUMLAH		163	100%

Data pada tabel menunjukkan bahwa sebagian besar umur pelanggan yang membeli di toko ASF accessories Gadget dalam penelitian ini yang paling banyak memiliki tingkatan umur 15-25 tahun sebanyak 62 orang.

Tabel Jenis Kelamin Responden ASF accessories gadget

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Laki – laki	69	42%
2	Perempuan	94	58%
JUMLAH		163	100%

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan toko ASF accessories gadget dalam penelitian ini memiliki jenis kelamin perempuan sebanyak 94 orang, sedangkan ang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 69 orang.

#### Hasil Uji Instrumen

##### Uji validitas

Tabel uji validitas

Variabel	Dimensi	r hitung	r tabel	ket
X1	X1.1	0,677	0,153	Valid
	X1.2	0,664	0,153	Valid
	X1.3	0,691	0,153	Valid
X2	X2.1	0,721	0,153	Valid
	X2.2	0,501	0,153	Valid
	X2.3	0,598	0,153	Valid
	X2.4	0,639	0,153	Valid
X3	X3.1	0,758	0,153	Valid

	X3.2	0,652	0,153	Valid
	X3.3	0,517	0,153	Valid
	X3.4	0,603	0,153	Valid
	X3.5	0,560	0,153	Valid
Y	Y.1	0,475	0,153	Valid
	Y.2	0,546	0,153	Valid
	Y.3	0,798	0,153	Valid

Dari tabel diatas, diketahui bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid dan dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan dalam kuisioner ini dapat digunakan sebagai pembentuk indikator untuk penelitian.

#### Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,754	>0,60	Reliabel
Promosi (X2)	0,732	>0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,745	>0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,712	>0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing masing variabel antara variabel harga, promosi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, ternyata diperoleh nilai Alpha > 0,60. Dengan demikian, maka hasil uji reabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.

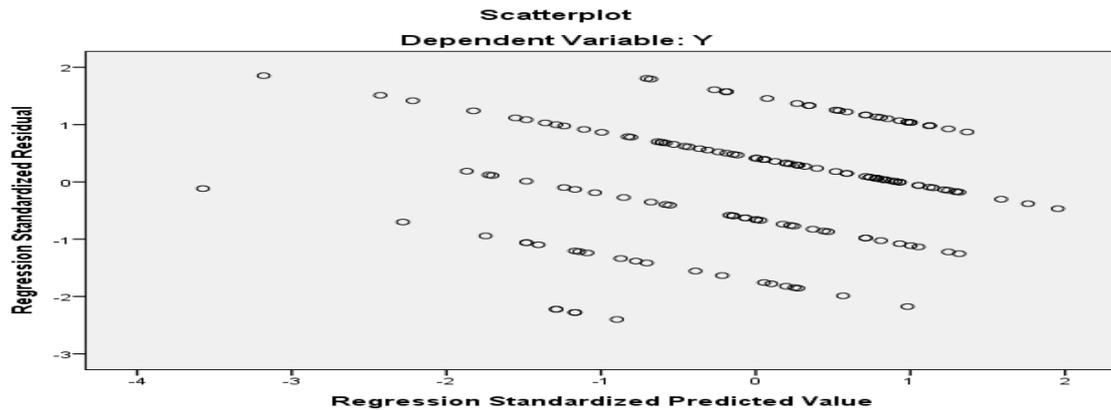
#### Uji asumsi klasik

##### Uji multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga (X1)	0,777	1,288	Tidak terjadi multikolinieritas
Promosi (X2)	0,644	1,553	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X3)	0,766	1,306	Tidak terjadi multikolinieritas

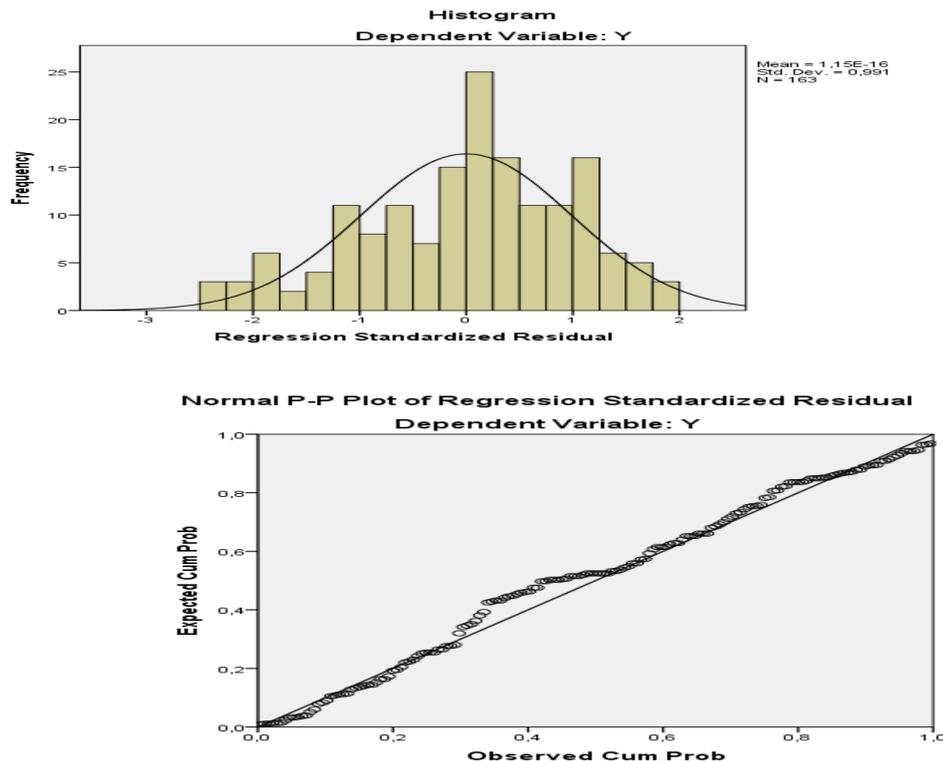
Berdasarkan tabel nilai Tolerance > 0,1 ini berarti tidak terjadi masalah dengan multikolinieritas. Variabel Harga, promosi, dan kualitas pelayanan disimpulkan bahwa nilai VIF < 10. Yang artinya dari ketiga variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji heterokedastisitas



Berdasarkan pada gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heterokedastisitas, artinya model regresi ini sudah baik.

### Uji normalitas



Berdasarkan gambar diatas pada grafik histrogram didapat kurva yang membentuk seperti lonceng (normal) sehingga menunjukkan residual data telah mengikuti distribusi normal. Hal ini didukung oleh gambar diatas dapat dilihat bahwa grafik normal probability plot of regression standardized Residual yang menunjukkan pola grafik normal, karena dapat dilihat dari titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

## Teknik analisis data

### Analisis regresi linier berganda

Tabel regresi linier berganda

Predictors	Koefisiensi
Constan (a)	7,243
Harga	0,181
Promosi	0,195
Kualitas pelayanan	0,151

Dari hasil tabel diatas, dihasilkan persamaan:

$$Y = 7,243 + 0,181 + 0,195 + 0,151$$

#### Uji Hipotesis

##### Uji parsial (uji t)

Variabel Bebas	T hitung	T tabel	Signifikasi
Harga (X1)	2,197	1,654	0,000
Promosi (X2)	3,331	1,654	0,001
Kualitas pelayanan (X3)	2,245	1,654	0,005

Dari tabel diatas diketahui bahwa:

a. Harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan pada tabel dapat dilihat bahwa nilai T hitung > T tabel ( $2,197 > 1,654$ ) dengan nilai signifikan ( $0,000 < 0,05$ ) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan pelanggan, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap kepuasan pelanggan.

b. Promosi (X2) terhadap kepuasan pelanggan pada tabel dapat dilihat bahwa nilai T hitung > T tabel ( $3,331 > 1,654$ ) dengan nilai signifikan ( $0,001 < 0,05$ ) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, sehingga hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi terhadap Kepuasan pelanggan, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi terhadap kepuasan pelanggan.

c. Kualitas Pelayanan (X3) terhadap kepuasan pelanggan pada tabel dapat dilihat bahwa nilai T hitung > T tabel ( $2,245 > 1,654$ ) dengan nilai signifikan ( $0,005 < 0,05$ ) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, sehingga hipotesis berbunyi terdapat pengaruh

yang signifikan antara Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Simultan (uji f)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28,727	3	9,576	11,039	,000 <sup>b</sup>
	Residual	137,924	159	,867		
	Total	166,650	162			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil perhitungan Uji F diperoleh nilai F-hitung sebesar 11,039 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sementara nilai F-tabel sebesar 1,564. Ini berarti bahwa  $F \text{ hitung } 11,039 > F\text{-tabel } 1,564$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa Harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan ASF accessories Gadget.

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,415 <sup>a</sup>	,572	,457	,931

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (R square) sebesar 0,572 atau 57,2% artinya Harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan ASF accessories gadget sebesar 57,2%.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data diatas tentang pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko ASF accessories gadget dapat ditarik kesimpulan bahwa harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan.

## Daftar pustaka

Lasander, Christian.2013.”Jurnal”.citra merk, kualitas produk, dan promosi pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada makanan tradisional. Jurnal EMBA Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 284-293

Adare, dkk., 2014, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. Jurnal EMBA, Vol.2 No.3. September 2014, Hal. 1237-1245.ISSN 2303-1174.

Gulla, R., Oroh, S.G. & Roring, F. 2015. Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Manado Grace INN. Jurnal EMBA, 3(1), 1313-1322.

Hakiki, Riski nur dian.2015. Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan cafe chit chat Mojokerto.Skripsi Fakultas ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Majapahit.