

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ERAMART JALAN PELITA KOTA SAMARINDA

Cakra Aditya<sup>1</sup>, Elfreda Aplonia Lau<sup>2</sup>, Ida Rahmawati<sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda  
Email : cakra\_aditya30@yahoo.com

---

*Keyword :*

*Service Quality,*

*Price,*

*Customer Satisfaction.*

## **ABSTRACT**

*Cakra Aditya, Effect of service quality and price on Eramart customer satisfaction at Pelita Street, Samarinda City. Under the guidance of Mrs. Elfreda Aplonia Lau as the first supervisor and Mrs. Ida Rahmawati as the second supervisor*

*The formulation of this research problem is (1) Does service quality have a significant effect on Eramart customer satisfaction on Pelita street Samarinda City, (2) Does the price have a significant effect on Eramart customer satisfaction on Pelita street Samarinda City, (3) Does service quality and price have a significant towards consumer satisfaction at Eramart on Pelita street Samarinda City.*

*The theoretical basis of this research is marketing management that focuses on service quality, price, and customer satisfaction. The analytical tool used is multiple linear regression analysis.*

*The hypothesis in this study is (1) Service quality significantly influences Eramart's customer satisfaction on Pelita street Samarinda City, (2) Price significantly influences Eramart's customer satisfaction on Pelita street Samarinda City, (3) Service quality and price significantly influence Eramart's customer satisfaction on Pelita street Samarinda City.*

*The results showed that service quality variables significantly influence customer satisfaction on Eramart Pelita street Samarinda City. Price variable significantly influences consumer satisfaction on Eramart Pelita Street Samarinda City. Service Quality and price significantly influence consumer satisfaction on Eramart Pelita street Samarinda City.*

---

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Mengikuti perkembangan bisnis modern dan memperlebar pangsa pasar, pemilik dari ERA 5000 mulai masuk dalam bisnis retail pada awal tahun 2005 yang mana produk yang dijual lebih beragam menambah *item grocery*. Bisnis ini dimulai dari ERA 5000 Swalayan Lembuswana yang terletak di kompleks Ruko Mall Lembuswana yang sampai saat ini masih menjadi pusat toko dari Era Group. Pada tahun 2007 di buka cabang ERA 5000 Swalayan Samarinda Seberang dan Eramart Senyum Lembuswana Lt 2. Sampai dengan tahun 2016 ini telah dibuka sebanyak 52 cabang Eramart Group yang tersebar di wilayah Kalimantan Timur seperti Samarinda, Balikpapan, Tenggarong, Bontang, Sangatta dan Kutai Timur dibawah naungan PT. Eramart Group.

Persaingan ritel di Kota Samarinda kembali dimasuki oleh kompetitor besar pada awal tahun 2013. Kompetitor tersebut adalah Indomaret dan Alfamidi hadir di Kota Samarinda.

Mereka membangun jaringan distribusi yang hampir merata di seluruh Kota Samarinda. Indomaret dan Alfamidi hadir dengan konsep pemasaran yang bisa dikatakan mirip dengan apa yang dilakukan oleh Eramart. Apabila tidak segera melakukan inovasi dalam hal pemasaran tentu saja posisi Eramart beserta pengusaha ritel lain dapat tergantikan oleh Indomaret dan Alfamidi yang memiliki kelebihan dalam hal kuantitas, bahkan lebih parahnya kemungkinan keberadaan Eramart dapat tergeser ataupun menghilang dari persaingan di Kota Samarinda.

Persaingan usaha yang dialami oleh Eramart tidak pada ritel nasional saja, tetapi juga ritel lokal. Ritel lokal tersebut adalah Joymart yang letaknya berdekatan dengan Eramart Jalan Pelita. Joymart berdiri pada pertengahan tahun 2016. Keberadaan Joymart tersebut agak mempengaruhi jumlah pengunjung Eramart. Joymart awal pembukaan usahanya menawarkan harga-harga murah yang menarik hati konsumen.

### **Manajemen Pemasaran**

Menurut Ismail Sholihin (2009:4) “Manajemen dapat didefinisikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian dari berbagai sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien”.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga atau instansi pemberi pelayanan jasa.

Menurut Lewis & Booms (dalam Tjiptono, 2012:157) Mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu “ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

### **Harga**

Harga bukan hanya angka-angka yang tertera di label suatu kemasan atau rak toko, tapi harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi seperti sewa rumah, uang sekolah, ongkos, upah, bunga, tarif, biaya penyimpanan, dan gaji. Semuanya merupakan harga yang harus dibayarkan untuk mendapatkan barang atau jasa.

Menurut Tjiptono (2012:151) “Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan”.

### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri.

Menurut Howard & Sheth (1969) dikutip oleh Fandy Tjiptono (2015:353) “kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadan atau ketidaksepadan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan”.

## **METODE PENELITIAN**

### **Variabel Penelitian**

Peneliti menetapkan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (Y) dengan indikator yaitu harapan pelanggan terhadap produk, pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan. Variabel bebas dalam penelitian ini Kualitas pelayanan (X1) dengan indikator yaitu berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Selanjutnya variabel bebas berikutnya adalah Harga (X2) dengan indikator harga yang ditawarkan terjangkau, berkualitas, dan bermanfaat.

## Populasi dan Sampel

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (dalam Riduwan & Akdon, 2010:243), hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhitung. Berikut rumus Lemeshow yaitu:

$$n = \frac{Z\alpha^2 x P x Q}{L^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z $\alpha$  = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai  $\alpha = 5\% = 1.96$

P = Prevalensi *outcome*, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

Q = 1 – P

L = Tingkat ketelitian 10%

$$n = \frac{Z\alpha^2 x P x Q}{L^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 x 0,5 x 0,5}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 100 orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang.

## Alat Analisis

Menurut Fajri Ismail, (2017:383) Analisis Regresi Linier berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada regresi linier berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen, sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah kualitas pelayanan dan harga dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y : Kepuasan Konsumen.

$\alpha$  : Konstanta

b : Koefisien regresi

X<sub>1</sub> : Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> : Harga

e : Error term

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi linier berganda merupakan prosedur dalam statistik yang sangat populer karena kemampuan prediksi yang tidak dimiliki oleh prosedur lain. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas.

Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Eramart Jalan Pelita Kota Samarinda.

Hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan *software* SPSS 25 sebagai berikut :

#### Analisis Regresi Linier Berganda

##### Coefficients<sup>a</sup>

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)       | 1.175                       | .414       |                           | 2.840 | .005 |
| KUALITAS PELAYANAN | .232                        | .099       | .195                      | 2.341 | .021 |
| HARGA              | .520                        | .082       | .528                      | 6.361 | .000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi pengaruh kualitas pelayanan (X1), harga (X2), terhadap kepuasan konsumen (Y) tersebut, maka diketahui nilai konstanta sebesar 1.175, nilai koefisien regresi sebesar 0.232 dan 0.520 sehingga persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = 1.175 + 0.232X1 + 0.520X2$$

Persamaan tersebut bermakna bahwa :

1. Konstanta sebesar 1.175 menunjukkan bahwa tanpa adanya kualitas pelayanan maupun harga, konsumen tetap mengalami kepuasan karena faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen bukan hanya kualitas pelayanan dan harga tetapi masih banyak faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
2. Koefisien regresi dari kualitas pelayanan sebesar 0,232 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif, Artinya semakin bagus pelayanan yang dilakukan karyawan/ti Eramart maka semakin memuaskan konsumen.
3. Koefisien regresi dari harga sebesar 0,520 menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif, Artinya semakin terjangkau harga yang diberikan oleh Eramart maka konsumen akan merasa puas.

Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Setelah dilakukan penganalisaan dengan SPSS, maka didapat output sebagai berikut:

#### Uji Statistik F simultan

**ANOVA<sup>b</sup>**

| Model        | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 15.178         | 2  | 7.589       | 28.117 | .000 <sup>a</sup> |
| Residual     | 26.182         | 97 | .270        |        |                   |
| Total        | 41.360         | 99 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai  $f_{hitung}$  diperoleh sebesar 28.117 lebih besar dari 3.09, hal ini juga diperkuat dengan nilai taraf signifikansi sebesar 0,000 atau signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama sama berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen

Uji statistik t digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (kualitas pelayanan) dan (harga) secara independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji statistik T Partial

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)       | 1.175                       | .414       |                           | 2.840 | .005 |
| KUALITAS PELAYANAN | .232                        | .099       | .195                      | 2.341 | .021 |
| HARGA              | .520                        | .082       | .529                      | 6.361 | .000 |

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil analisis diinterpretasikan bahwa:

1. Kualitas Pelayanan (X1) mempunyai pengaruh positif atau searah, hal ini berarti bila kualitas pelayanan ditingkatkan, maka kepuasan konsumen juga meningkat. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel X1 sebesar 2.341, sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1.98472, maka  $t_{hitung} (2.341) > t_{tabel} (1.98472)$ . Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikan 0,021 ( $0,021 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Harga (X2) mempunyai pengaruh positif atau searah, Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel X2 sebesar 6.361, sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1.98472, maka  $t_{hitung} (6.361) > t_{tabel} (1.98472)$ . Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikan 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Pembahasan**

### **1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Eramart Jalan Pelita Kota Samarinda**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1 di atas tentang pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh keterangan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,021 lebih kecil dari 0,05, di mana pada hasil uji t diketahui bahwa nilai thitung sebesar 2.341. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen yang menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan Eramart maka semakin besar kepuasan yang akan dialami konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang perlu diperhitungkan dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen pada Eramart Jalan Pelita.

### **2. Pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen pada Eramart Jalan Pelita Kota Samarinda**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 2 di atas tentang pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen diperoleh keterangan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, di mana pada hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 6.361. Hasil penelitian menunjukkan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen yang menunjukkan bahwa semakin baik harga yang ditawarkan Eramart maka semakin besar kepuasan yang akan dialami konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Hal ini berarti semakin baik harga yang ditawarkan berakibat pada semakin baiknya kepuasan konsumen.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap kepuasan konsumen pada Eramart Jalan Pelita Kota Samarinda**

Berdasarkan Hasil analisis menunjukkan secara bersama-sama kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Eramart Jalan Pelita. Hal ini ditunjukkan dengan nilai R yang memiliki nilai positif sebesar 0.606 dan nilai signifikansi 0,000 atau kurang dari 0,05. Kedua variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Eramart Jalan Pelita. Besarnya pengaruh kedua variabel bebas tersebut terhadap kepuasan konsumen adalah 0.367. Namun, masih terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Total nilai variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu sebesar 63.3. Berdasarkan pengaruh kedua variabel bebas tersebut terhadap kepuasan konsumen maka sudah sepatutnya kedua variabel tersebut menjadi perhatian khusus bagi pihak Eramart Jalan Pelita dalam rangka meningkatkan mutu kualitas pelayanan dan harga. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen yang menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan maka semakin besar kepuasan yang akan dialami konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda terkait analisis variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Eramart Jalan Pelita Kota Samarinda, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan pada Eramart Jalan Pelita Kota Samarinda berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Harga pada Eramart Jalan Pelita Kota Samarinda berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Eramart Jalan Pelita Kota Samarinda.

## **Saran**

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka beberapa saran dapat dikemukakan sebagai berikut :

“Bagi penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independen lainnya seperti promosi, komunikasi, dan lingkungan fisik.”

## **DAFTAR PUSTAKA**

Akdon dan Riduwan. 2010. *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Cet 2. Bandung : Alfabeta.

Ismail, Fajri. 2017. *Statistika : Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP

Sholihin, Ismail. 2009. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Erlangga.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : ANDI.

\_\_\_\_\_. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: ANDI.