

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO GROSIR TIRTA YASA KECAMATAN BANJAR

N. L. P. Dea Alvionita Sari¹, N. M. Dwi Ariani Mayasari²,

^{1,2}Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja
e-mail: niluhputudeaalvionitasari19@undiksha.ac.id¹, dwi.mayasari@undiksha.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh : (1) harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, (2) harga terhadap kepuasan pelanggan, (3) kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan (4) harga terhadap kualitas pelayanan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Subjek penelitian ini adalah pelanggan Toko Grosir Tirta Yasa dan objek penelitian ini adalah harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 responden. Data yang dikumpulkan dengan kuesioner dan dengan menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan (4) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di Toko Grosir Tirta Yasa.

Kata kunci : harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan

Abstract

This research is intended to examine the influences of (1) price and service quality towards customer satisfaction, (2) price towards customer satisfaction, (3) service quality towards customer satisfaction, and (4) price towards service quality in Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. The research design of this research used casual quantitative research. The subjek of this research is the customers of Toko Grosir Tirta Yasa and the object of this research is the price, quality of service and customer satisfaction. The sample used in this research as much 80 respondents. Therefore, the data of this research were collected through questionnaire design and analyzed by path analysis. The results of this research showed that: (1) price and service quality has a positive and significant effect towards customers satisfaction, (2) price has a positive and significant effect towards customers satisfaction, (3) service quality has a positive and significant effect towards customer satisfaction and (4) price has a positive and significant effect toward service quality in Toko Grosir Tirta Yasa.

Keywords: price, service quality, and customer satisfaction

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi pada era modern menciptakan suatu peluang dan tantangan bagi setiap industri, yang berdampak kepada perluasan pasar, perubahan perilaku konsumen serta persaingan. Pada saat ini bidang industri memiliki peranan penting bagi kemajuan perekonomian negara. Perkembangan tersebut akan memberikan dampak yang positif serta nilai yang berarti bagi kehidupan masyarakat. Hal tersebut mengakibatkan semakin meningkatnya industri perdagangan, salah satunya yang bergerak pada bidang grosir

Grosir atau wholesaler merupakan pelaku usaha (dagang) yang menjual produk pada skala besar, bukan persatuan atau ecer. Umumnya pedagang grosir menjual barang dalam jumlah yang banyak kepada pedagang kecil yang kemudian akan dijual kembali dalam bentuk satuan atau ecer. Grosiran sangat membantu pedagang ritel kecil dalam

menjalankan usahanya. Hal tersebut juga dapat dilihat dari adanya fenomena saat ini dimana banyak pegawai atau masyarakat yang harus kehilangan pekerjaannya atau di PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) dikarenakan adanya pandemi COVID-19, perusahaan sudah tidak mampu lagi memenuhi biaya operasional yang ada dengan omzet yang sangat menurun drastis. Banyak masyarakat yang akhirnya kehilangan pekerjaannya sehingga membuat masyarakat harus membuka lapangan pekerjaan sendiri guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Dari fenomena yang ada, banyak masyarakat yang akhirnya membuka lapangan pekerjaannya sendiri, salah satunya adalah berdagang. Industri perdagangan dalam hal ini grosir sangat membantu masyarakat untuk menjalankan usahanya karena ketersediaan barang yang lengkap dengan memberikan harga yang terjangkau bagi konsumen biasa maupun pedagang ritel kecil yang ingin menjual kembali produk tersebut.

Toko Grosir Tirta Yasa merupakan salah satu grosir terbesar dan terlengkap di Kecamatan Banjar. Grosir Tirta Yasa merupakan salah satu grosir yang terdaftar dalam program SRC (*Sampoerna Retail Community*) didirikan oleh PT. HM Sampoerna Tbk yang bertujuan untuk membantu pedagang ritel dalam menjalankan usahanya dan pengembangan usahanya yang diperoleh dari program SRC (*Sampoerna Retail Community*) melalui Toko Grosir Tirta Yasa seperti pemberian uang tunai dan hadiah-hadiah yang berguna bagi pedagang ritel. Grosir Tirta Yasa didirikan pada 30 juni 2016. Bergerak pada bidang industri *food* dan *non-food*. Jumlah *item* keseluruhan yang dijual oleh grosir ini sebanyak 3000 *item* dan mempekerjakan 12 pegawai.

Namun semakin berkembangnya zaman, semakin banyaknya pesaing grosir yang muncul yang mengakibatkan semakin ketatnya persaingan antar pedagang grosir. Persaingan tersebut akan berpengaruh kepada tingkat penjualan. Dalam upaya memenangkan persaingan pedagang grosir perlu memunculkan perbedaan dibandingkan pesaing lainnya untuk menarik minat beli konsumen, dengan cara mengimplementasikan pelayanan yang memuaskan dan ketersediaan barang serta penyampaian barang terhadap konsumen.

Kepuasan pelanggan menjadi ukuran dalam meningkatkan tingkat pembelian yang mencerminkan penilaian pelanggan terhadap produk, penerapan layanan, harga serta ekspektasi lainnya. Pelanggan akan merasa puas apabila penyelenggara layanan yang dirasakan berada pada zona toleransi, yaitu pada tingkat layanan yang memadai (Wirtz dan Mussry, 2010: 60). Kinerja layanan yang mendekati atau melebihi ekspektasi pelanggan, membuat pelanggan akan sangat senang sehingga memungkinkan terjadinya pembelian ulang oleh pelanggan. Menurut Mohsan (2011: 263) kepuasan diartikan sebagai tingkah laku konsumen atas harapan dengan kenyataan yang lebih maupun standar. Maka dari itu, untuk memikat kepuasan pelanggan setiap pedagang grosir harus memiliki strategi tersendiri dalam memenangkan persaingan dalam memperoleh kepuasan pelanggan dengan cara memiliki perbedaan dibandingkan pesaing yang lain. Dalam hal ini toko grosir dapat menerapkan strategi sebagai berikut yaitu, pemberian harga spesial bagi konsumen dan kualitas terbaik bagi konsumen. Hal tersebut dapat membantu menciptakan kepuasan pelanggan terhadap toko.

Harga mampu menjadi pengaruh pada pengembangan usaha. Menurut Sunyoto (2012: 130-131), harga memiliki nilai dan kegunaan pada situasi tertentu. Bagi pedagang grosir harga menjadi pembeda penawaran yang diberikan dari para pesaing yang ada (Hasan, 2013: 52). Konsumen atau pedagang ritel kecil cenderung akan memilih toko grosir yang menawarkan harga murah dibandingkan grosir lainnya. Dalam hal ini, Toko Grosir Tirta Yasa telah menerapkan strategi harga dalam upaya memenangkan persaingan serta memudahkan peritel kecil dalam pengimbangan harga produk dipasaran. Selain itu Toko Grosir Tirta Yasa juga memberikan potongan harga, promo, serta jumlah *point* yang diberikan pada minimum dan maksimum pembelian. *Point* yang diberikan kepada para konsumen yang terdaftar dalam *member* dapat ditukarkan dalam bentuk potongan harga dan hadiah-hadiah spesial yang berguna dan dapat memberikan keuntungan bagi konsumen. Strategi andalah dari Toko Grosir Tirta Yasa dalam memikat konsumen atau

pelanggannya agar tidak berpaling. Selain harga, kualitas pelayanan juga mengiringi kesuksesan strategi tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan pemenuhan kebutuhan konsumen (Tjiptono, 2014: 268). Menurut Ratminto & Winarsih yang menjelaskan bahwa pelayanan tidak dapat dilihat. Sehingga penyampaian layanan bagi penyelenggara pelayanan khususnya toko grosir perlu meningkatkan atau mempertahankan layanan yang diberikan agar terciptanya rasa puas dan loyalitas konsumen. Dalam hal ini Toko Grosir Tirta Yasa telah menetapkan kualitas pelayanan sebagai fokus dalam memenangkan persaingan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Grosir Tirta Yasa adalah *delivery order* atau pesan antar serta pemesanan barang melalui aplikasi ayo SRC (*Sampoerna Retail Community*). *Delivery order* yang diterapkan dari seputaran daerah Banjar hingga daerah Tegalingga, namun adapun penerapan minimum pembelian yang diterapkan dalam strategi ini sebesar Rp 2.000.000 untuk *delivery order* pada daerah Tegalingga. Toko Grosir Tirta Yasa sangat memaksimalkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para konsumennya, hal tersebut dapat dilihat dari pegawai yang melayani konsumen pada saat berbelanja di toko tersebut. Para pegawai memberikan pelayanan sebaik dan semaksimal mungkin agar para konsumen merasa nyaman dan puas saat melakukan pembelian.

Berdasarkan data penjualan Toko Grosir Tirta Yasa mengalami penurunan penjualan sebesar 17% dari bulan Januari-Agustus 2020 yang diakibatkan karena persaingan yang semakin ketat dan dampak dari pandemi COVID-19. Adapun riset *gap* mengacu pada dua penelitian terdahulu, yang pertama dilaksanakan oleh Agung (2018), menyatakan bahwa variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) tidak memiliki pengaruh yang positif atau signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan yang kedua dilaksanakan oleh Fadilah (2015), menyatakan bahwa adanya pengaruh positif atau signifikan variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Bagi pedagang grosir permainan harga dan pemberian pelayanan merupakan strategi unggul dalam memenangkan persaingan, dimana akan memudahkan pedagang dalam memikat pelanggan. Penawaran harga relatif murah dan kualitas pelayanan yang baik membuat pelanggan akan merasa nyaman dan puas saat sedang melakukan pembelian. Dalam hal ini pengelola grosir harus memperhatikan pemenuhan kepuasan pelanggan. Apabila kenyataan tidak sesuai dengan yang diharapkan konsumen atau pelanggan hal tersebut akan membuat penurunan tingkat kepuasan. Dalam hal ini harga dan kualitas pelayanan berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan, disampaikan oleh Amir (2012: 70) berpendapat jika harga, promosi, layanan dan kualitas produk dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Widiyanto dalam Rachmawati (2013: 35) mempertegas bahwa dalam kontekstual teori pemasaran bahwa faktor harga dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut juga selaras hasil penelitian Suyitna (2017) menunjukkan adanya pengaruh positif dan kesignifikan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Fadilah (2015) mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. H_1 : Ada pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Konsumen biasanya lebih teliti dalam memperhatikan harga. Standarisasi harga murah memudahkan perusahaan dalam memikat pelanggan atau konsumen. Yoeti (2012: 109) mengemukakan bahwa permintaan adalah pemenuhan kebutuhan konsumen. Berdasarkan bunyi hukum permintaan bahwa harga dengan permintaan tidak akan pernah beriringan. Hal tersebut juga dibuktikan hasil penelitian Agustine (2016) menunjukkan terdapat hubungan positif harga terhadap kepuasan pelanggan. Didukung penelitian Sukmawati (2017) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. H_2 : Ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan juga menjadi penentu tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen, berdasarkan kenyamanan dan kemudahan layanan yang ditawarkan. Pelayanan yang maksimal akan menimbulkan rasa puas konsumen atau pelanggan untuk

menggunakannya kembali. Tjiptono (2014) yang menyatakan bahwa pemenuhan layanan harus berdasarkan harapan yang ideal dari konsumen. Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan agar terjaganya konsistensi pelanggan kepada perusahaan. Pada penelitian Avianty (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Indra (2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. H₃: Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Harga merupakan ukuran nilai pada suatu yang berwujud maupun tidak untuk dirasakan fungsi dan kegunaannya. Penetapannya didasarkan pada manfaat serta kualitas yang dimiliki baik dari segi produk serta pelayanan yang ditawarkan. Bagi organisasi keuntungan diperoleh melalui harga sehingga penawarannya terkadang melebihi standar. Namun, keputusannya sulit terlaksanakan, harga mahal akan berpengaruh kepada campuran pemerintah melihat kondisi perekonomian yang tidak menentu, sedangkan pada harga murah pengembangan operasional menjadi sangat menurun. Dalam menyikapi hal tersebut dapat dilakukan melalui kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Malau (2017: 148) menyatakan bahwa peningkatan harga berdasarkan atas manfaat guna meningkatkan nilai tertentu. Alma (2014: 169) menegaskan bahwa penetapan harga harus didasarkan pada mutu dan kualitas yang dimiliki. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Maulana (2015) menunjukkan bahwa ada pengaruh harga terhadap kualitas pelayanan. H₄: Ada pengaruh harga terhadap kualitas pelayanan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh sebagai berikut:

1. Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar.
2. Harga terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar.
3. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar.
4. Harga terhadap kualitas pelayanan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar.

2. Metode

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data menurut sumbernya. Jenis data dapat dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data langsung yang diperoleh dari sumber utama yang diteliti. Dalam penelitian ini, data primer merupakan data yang didapatkan langsung dari pelanggan melalui kuesioner berupa harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sedangkan data sekunder merupakan data yang dapat diperoleh dari sumber data kedua yaitu pemilik Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. Data yang diperoleh dari sumber data kedua yaitu jumlah pelanggan, jenis produk, jumlah produk, dan penjualan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, pencatatan dokumen dan kuesioner.

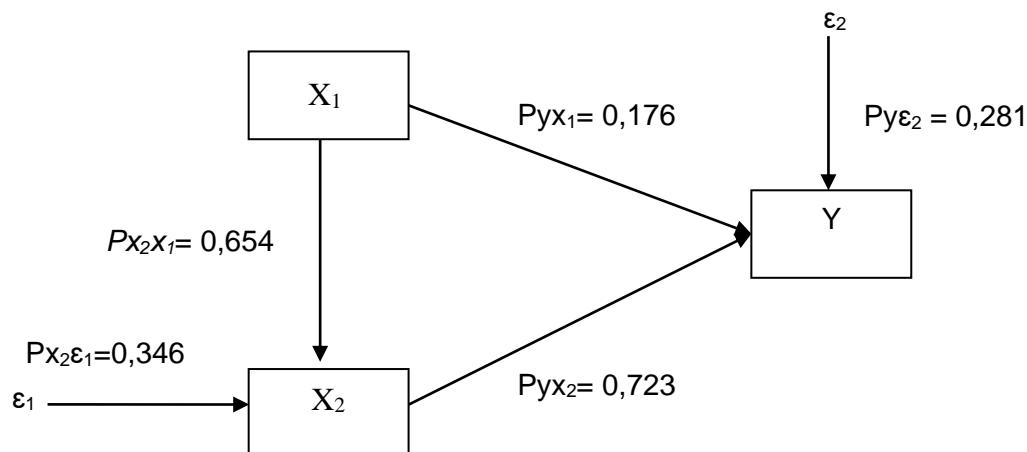
Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini berupa kuesioner yang berisi pernyataan tertulis mengenai indikator variabel penelitian. Dalam penelitian ini, kuesioner akan diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas merupakan kemampuan kuesioner untuk membuktikan ketepatan hasil sesuatu yang diukur. Sedangkan uji reliabilitas ketepatan, keakuratan, dan kestabilan data berdasarkan alat ukurnya. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis jalur (*path analysis*) yang mampu melukiskan dan menguji hubungan antar variabel yang berwujud sebab akibat. Untuk mempermudah proses pengolahan data dilakukan dengan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS) 23.0 for windows*.

Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. Dalam penelitian ini sampel yang akan digunakan adalah pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa. Jumlah sampel pilihan populasi sebanyak 130 responden didasarkan pada teori Ferdinad (2014) yang menyatakan, banyak sampel 5-10 kali jumlah indikator. Dalam

penelitian ini menggunakan 13 indikator sehingga banyak responden yang diambil sebagai sampel adalah minimal $13 \times 5 = 65$ dan maksimal $13 \times 10 = 130$. Penelitian ini hanya mengambil 80 sampel dan responden yang digunakan dikarenakan jumlah populasi yang terlalu banyak, keterbatasan waktu, dana serta ditambah adanya pandemi COVID-19 sehingga tidak memungkinkan melakukan penelitian pada keseluruhan populasi. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel adalah teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan sampelnya berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2012: 116).

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari analisis jalur pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa menggunakan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS) 23.0 for windows* diperoleh pengaruh masing-masing variabel seperti pada Gambar 1.



Gambar 1.
Struktur Keseluruhan Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar

Berdasarkan pemaparan gambar diatas maka dapat ditarik beberapa hipotesis sebagai berikut: Hipotesis yang pertama adalah “Ada pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Toko Grosir Tirta Yasa”. Berdasarkan hasil uji statistik analisis jalur melalui program SPSS 23.0 for windows, diperoleh hasil $R^2_{YX_1X_2} = 0,719$ dengan $p\text{-value} = 0,000 < \alpha 0,05$ sehingga keputusannya adalah menolak H_0 , artinya harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta yasa. Besar sumbangan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 0,719 atau 71,9%. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berperan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa.

Hipotesis yang kedua adalah “Ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa”. Berdasarkan perhitungan uji statistik analisis jalur dengan program SPSS 23.0 for windows, memperoleh hasil $P_{YX_1} = 0,176$ dengan $p\text{-value} = 0,031 < \alpha 0,05$ sehingga keputusannya adalah menolak H_0 . Ini artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa dengan sumbangan pengaruh langsung harga terhadap kepuasan pelanggan 0,176 atau 17,6%, sehingga besar sumbangan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan secara total yaitu 0,259 atau

25,9%. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa harga berperan dalam kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa.

Hipotesis ketiga adalah "Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa". Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik analisis jalur dibantu program SPSS 23.0 for windows, menunjukkan $P_{yx_2} = 0,723$ dengan $p\text{-value} = 0,000 < \alpha 0,05$ sehingga keputusannya adalah menolak H_0 . Dengan artian kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa dengan sumbangan pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,723 atau 72,3%. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berperan signifikan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa.

Hipotesis yang keempat adalah "Ada pengaruh harga terhadap kualitas pelayanan di Toko Grosir Tirta Yasa". Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik analisis jalur dengan bantuan program SPSS 23.0 for windows, diperoleh hasil $P_{x_2x_1} = 0,654$ dengan $p\text{-value} 0,000 < \alpha 0,05$ sehingga keputusannya adalah menolak H_0 . Ini artinya harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di Toko Grosir Tirta Yasa dan menunjukkan sumbangan pengaruh harga terhadap kualitas pelayanan sebesar 0,654 atau 65,4%. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa harga berperan signifikan dalam memengaruhi kualitas pelayanan di Toko Grosir Tirta Yasa.

Hasil penelitian melihat bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini artinya tingkatan harga dan kualitas pelayanan akan memengaruhi kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. Amir (2012: 70) mengemukakan bahwa harga, kualitas pelayanan, promosi dan kualitas produk merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Widiyanto dalam Rachmawati (2013: 35) yang menjelaskan bahwa faktor harga dan pelayanan akan selalu sejajar dalam memengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks teori pemasaran. Sejalan hasil penelitian Suyitna (2017) dan Fadilah (2015) bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu penetapan harga dan pemberian layanan yang berkualitas perlu diperhatikan dan dipertahankan oleh Toko Grosir Tirta Yasa guna menjaga dan memikat pelanggan agar tetap loyal terhadap toko melihat banyak pesaing yang bermunculan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini artinya harga akan selalu berpengaruh kepada kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa. Yoeti (2012: 109) mengemukakan bahwa permintaan merupakan minat terhadap produk pada situasi tertentu dengan bunyi hukumnya yang mengatakan bahwa permintaan tidak akan pernah berjalan beriringan dengan harga. Hal tersebut juga didukung dengan penelitian yang dilakukan Agustine (2016) dan Sukmawati (2017) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu penetapan harga yang tepat pada suatu produk menjadi salah satu faktor yang perlu di perhatikan Toko Grosir Tirta Yasa dalam mempertahankan dan memikat pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berarti tinggi rendahnya kualitas pelayanan akan memengaruhi kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa. Tjiptono (2014) yang menyatakan bahwa apabila kualitas pelayanan sesuai harapan hal tersebut dirasaka memuaskan. Jika kenyataan melebihi kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas layanan yang ideal. Sebaliknya jikamana layanan dirasakan dibawah pengharapan, maka kualitas pelayanan tersebut dinyatakan buruk. Peningkatan layanan berdampak kepada kepuasan pelanggan yang dapat mendorong hubungan pelanggan dengan perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Avianty (2019) dan Indra (2017) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal ini Toko Grosir Tirta Yasa perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan agar mampu mempertahankan loyalitas pelanggan melihat semakin ketatnya persaingan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Ini artinya harga akan memberikan sumbangan bagi kualitas

elayanan di Toko Grosir Tirta Yasa. Malau (2017: 148) menyatakan tingkat harga tertentu bilamana fungsi mampu memenuhi ekspektasi atau melebihi maka nilai yang dihasilkan akan meningkat pula. Alma (2014: 169) mempertegas bahwa penawaran harga tinggi membentuk setigma kualitas yang tinggi terhadap suatu produk. Jikamana harga ditawarkan terlalu tinggi perusahaan dianggap tidak memperdulikan konsumen. Sebaliknya jika harga terlalu rendah, konsumen akan meragukan kualitas dari suatu produk dan jasa yang diberikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Maulana (2015) menunjukkan bahawa ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatnya kualitas pelayanan oleh Toko Grosir Tirta Yasa disebabkan karena penetapan harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen.

4. Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan maka ditarik simpulan sebagai yaitu harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di Toko Grosir Tirta Yasa. Kualitas pelayanan memberikan sumbangan cukup besar dan harga hanya menyumbangkan sedikit pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar.

Adapun beberapa saran bagi pihak Toko Grosir Tirta Yasa agar tetap mempertahankan atau meningkatkan kembali tingkat kepuasan pelanggan yang diberikan kepada konsumen dan pelanggan sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap toko dan laba pun meningkat. Peningkatan kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui strategi penetapan harga dengan memperhatikan aspek pengukuran. Kualitas pelayanan juga memberikan dampak dalam mempertahankan atau meningkatkan kepuasan pelanggan. Penetapan kepuasan melalui kualitas pelayanan dapat diterapkan dengan memperhatikan lima aspek pengukuran seperti bukti nyata, empati, kecakapan, dan keandalan. Hal tersebut akan membentuk potensi tingkat loyalitas pelanggan toko. Apabila penetapan harga dan kualitas pelayanan yang diberikan dirasa telah sesuai ekspektasi konsumen hal tersebut berdampak kepada tingkat pembelian dan peningkatan laba toko.

Bagi peneliti selanjutnya, khususnya yang berminat dan memiliki ketertarikan untuk lebih memahami atau mendalami tentang harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan cara menambahkan sampel lebih banyak dan menguji variabel lainnya yang dapat memperkuat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan seperti kualitas produk, nilai pelanggan dan biaya

Daftar Pustaka

- Agung, A. F. (2018). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komparatif Pada Konsumen Indomaret dan Swalayan Surya Jalur 2 Korpri). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Agustine, D. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Multilindo Utama Batam. *Jurnal Equilibiria*. Volume. 3 No. 2.
- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta
- Amir, M. T. (2012). *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali

- Avianty, V. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan *Cafe Stove Syndicale* Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 8 No. 2.
- Danang, S. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Fadilah, Z. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko *Online* Lazada (Studi kasus pada pelanggan Lazada di Perkantoran *The Plaza Office Tower* Jakarta). *Skripsi*. Universitas Darma Persada.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Indra. F. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektronik REKAMAN (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi)*. Vol. 1 No. 1.
- Lovelock, Cristopher, Jochen, Wirtz, & Jacky, Mussry (2010). *Pemasaran Jasa –Perspektif Indonesia*. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global)*. Bandung: Alfabeta.
- Maulana, M. I. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 5, No. 1.
- Mohsan, F., Nawaz, MM, Khan, MS, Shaukat, Z., & Aslam, N. (2011). Dampak Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Niat Untuk Beralih: Bukti Dari Sektor Perbankan Pakistan. *Jurnal Internasional Bisnis dan Ilmu Sosial*, 2 (16).
- Rahmawati, H. I. (2013). Pengaruh Mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.
- Ratminto dan Winarsih. A. S. (2012). *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Modul Konseptual, Penerapan Citizen Charter dan Standar Pelayanan Minimal*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*. Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Suyitna. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Langgeng Jaya. *Skripsi*. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Yoeti, O. A. (2012). *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.