



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu

Kinanti Suwarno¹, Endang Sutrisna²

^{1,2}Universitas Riau

Abstract

Received: 2 Februari 2023
Revised: 20 Februari 2023
Accepted: 4 Maret 2023

This study aims to determine the effect of service quality and pricing on consumer loyalty. The method used in this study is descriptive and quantitative statistics. The sample taken was 100 respondents using accidental sampling technique. The data sources in this study came from primary data obtained through the process of distributing questionnaires which were then carried out statistical tests with the SPSS program and secondary data using target data and sales realization of Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu for the 2017-2021 period. Data analysis technique used is quantitative analysis using validity test, reliability test and simple and multiple linear regression analysis. The test results in this study indicate that partially the service quality variable (X1) has a positive and significant effect on consumer loyalty (Y), partially the pricing variable (X2) has a positive and significant effect on consumer loyalty (Y), and simultaneously service quality (X1) and pricing (X2) have a positive and significant effect on consumer loyalty (Y).

Keywords: Service quality, pricing; consumer loyalty

(*) Corresponding Author: kinanto@gmail.com

How to Cite: Suwarno, K., & Sutrisna, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sop Tunjang Dwi Group Lirik Indragiri Hulu. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 377-384. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7985228>

PENDAHULUAN

Zaman yang semakin maju dan berkembang mengakibatkan pengaruh bagi perkembangan usaha dan bisnis. Perkembangan usaha dan bisnis dapat mengakibatkan perubahan terhadap pola pemasaran dan persaingan dalam usaha untuk mempertahankan bisnysnya. Pertumbuhan penduduk yang pesat tentunya akan meningkatkan jumlah konsumsi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dengan berkembang pesatnya bisnis kuliner Indonesia. Dimana penyumbang PDB terbesar ekonomi kreatif ialah industri kuliner dengan kontribusi rata-rata sebesar 43% per tahun.

Banyaknya bisnis yang bergerak dibidang kuliner membuat persaingan bisnis semakin ketat dengan system pemasaran yang berbeda pula. Penerapan strategi pemasaran yang tepat sangat penting dalam mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan. Dimana setiap perusahaan harus mampu menganalisis apa yang sedang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumennya untuk mendapatkan tingkat loyalitas konsumen yang maksimal.

Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu ialah salah satu gerai bisnis kuliner yang menyediakan beberapa makanan dengan menu utama yaitu sop tunjang tulang kaki sapi. Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu dianggap sebagai salah satu pelopor dalam memperkenalkan makanannya kepada masyarakat sekitar. Hal ini membuat banyaknya pesaing baru yang selalu bermunculan dan menjadi tantangan tersendiri bagi Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu dalam mempertahankan eksistensinya.



Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu sudah memiliki kualitas pelayanan yang baik, dilihat dari sarana prasarana yang diberikan serta pelayanannya. Kualitas pelayanan ialah salah satu pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang pada produk yang ditawarkan perusahaan. Tidak hanya itu, harga juga menjadi faktor pengaruh pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan. Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu telah berusaha untuk menetapkan harga yang cocok dan bersaing untuk diberikan kepada konsumen.

Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu memiliki beberapa target penjualan. Untuk mencapai target tersebut tentunya memerlukan berbagai strategi yang tepat dan harus mampu mencari peluang dalam meningkatkan penjualannya. Berikut data penjualan Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu periode 2017-2021.

Tabel 1. Data Target dan Realisasi Penjualan Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu

Tahun (1)	Target (2)	Realisasi (3)	Presentase (4)
2017	700.500.000	563.210.000	80%
2018	800.200.000	549.012.000	69%
2019	800.000.000	452.933.000	57%
2021	500.500.000	328.003.000	66%

Pada tabel 1 dijelaskan antara target penjualan Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu yang telah ditetapkan perusahaan dan pencapaian dari target tersebut memiliki hasil yang kurang memuaskan. Realisasi penjualan Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu yang tertinggi berada pada tahun 2017 sejumlah Rp. 563.210.000,- dan ini menjadi tahun tertinggi realisasi penjualan baik secara jumlah realisasi maupun persentasi selama lima tahun terakhir. Untuk tahun-tahun berikutnya terjadi penurunan berurut realisasi penjualan, yaitu tahun 2018 sejumlah Rp. 549.012.000,-, tahun 2019 sejumlah Rp. 452.933.000,- dan tahun 2021 sejumlah Rp. 328.003.000,-. Di tahun 2021 jumlah realisasi penjualan merupakan jumlah yang paling terendah selama lima tahun terakhir baik itu secara realisasinya ataupun secara persentasenya. Sedangkan untuk jumlah realisasi penjualan pada tahun 2020 tidak dapat dipaparkan karena tidak terdapatnya realisasi konsumen pada tahun tersebut akibat dari pandemi Covid-19.

Dilihat pada tabel diatas, Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu tidak mampu untuk meraih target yang telah ditetapkan. Hal ini dapat disebabkan oleh tingkat ketahanan dari konsumen terhadap produk pesaing yang rendah sehingga menimbulkan target realisasi penjualan tidak tercapai.

Target Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu dapat tercapai apabila perusahaan mampu menjalin hubungan yang baik dengan konsumennya melalui peningkatan kualitas pelayanan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen, serta menciptakan harga yang terjangkau tanpa menimbulkan kerugian bagi perusahaan sehingga masih dapat bersaing dengan baik.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sebuah kesediaan perusahaan dalam memberikan pelayanan baik secara fisik maupun non fisik yang bertujuan untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen agar terciptanya rasa nyaman bagi konsumen itu sendiri. Parasuraman dalam Lupiyoadi (2001) “ kualitas pelayanan berkaitan juga dengan jauh atau dekatnya perbedaan harapan konsumen dengan kenyataan yang terjadi pada layanan yang diterima”.

Tjiptono (2017) “Kualitas pelayanan yaitu sebuah tingkat keutamaan dan harapan konsumen dalam memenuhi keinginan konsumen”.

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan ialah sebuah harapan konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan, apakah bisa memenuhi harapan konsumen tersebut atau tidak.

Penetapan Harga

Harga yang ditetapkan untuk suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan akan menentukan tingkat keberhasilannya bagi perusahaan tersebut. Karena penetapan sebuah harga akan berkaitan langsung kepada konsumen yang membeli produk yang menggambarkan nilai dari produk atau jasa tersebut. Swasta dan Irawan (1981) “penetapan harga akan dipengaruhi oleh kondisi ekonomi, tingkat penawaran serta permintaan, persaingan, elastisitas permintaan dan biaya”.

Kotler dan Amstrong (2001) “harga ialah beberapa uang yang akan dibebankan pada suatu barang maupun jasa yang ditukarkan oleh pelanggan dalam proses memiliki atau menikmati sebuah barang maupun jasa perusahaan”.

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa penetapan harga adalah jumlah uang yang akan ditetapkan untuk suatu produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen dan sesuai dengan kondisi serta nilai dari produk atau jasa tersebut.

Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen adalah sebuah wujud dari rasa percaya konsumen terhadap suatu produk atau jasa dari perusahaan yang membuat konsumen akan melakukan pembelian terus menerus serta akan merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada orang lain secara suka rela. Jones dan Sasser (1995) “loyalitas konsumen adalah faktor penting khususnya pada sector jasa, karena loyalitas dapat menciptakan peningkatan laba melalui persentasi berulang, kurang sensitivitas terhadap harga dan merekomendasikan dari mulut kemulut yang positif dan menjadi penentu penting dalam pangsa pasar”.

Tjiptono (2004) “ komitmen atau kesetiaan pelanggan kepada suatu merek, tokoh atau pemasok yang didasarkan pada nilai positif dalam proses pembelian dengan jangka waktu yang panjang dan dikenal dengan loyalitas konsumen”.

Dari teori diatas bias disimpulkan loyalitas konsumen merupakan wujud komitmen konsumen terhadap suatu tokoh atau perusahaan yang akan melakukan pembelian secara berulang dan memiliki nilai positif dalam memberikan rekomendasi kepada orang lain sehingga membawa kenaikan pada laba perusahaan.

METODE PENELITIAN

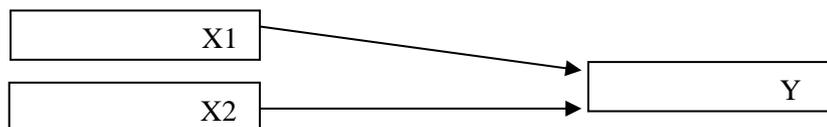
Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh konsumen pada Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu pada tahun 2021 sebanyak 10.097 konsumen.

Dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik accidental sampling atau secara acak dimana setiap orang yang ditemui secara kebetulan oleh peneliti dan memenuhi persyaratan sampel maka bida dijadikan sebagai sampel (Sugiyono, 2016). Maka ditetapkan sampel pada penelitian ini sejumlah 100 responden yang telah dihitung sesuai dengan rumus slovin. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung kepada konsumen di lokasi perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode kuantitatif yang akan dianalisis dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana dan berganda serta uji parsial dan simultan. menggunakan SPSS *for Windows*.

Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode kuantitatif yang akan dianalisis dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana dan berganda serta uji parsial dan simultan menggunakan SPSS *for Windows*. Variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Penetapan Harga (X2) Sedangkan Loyalitas Konsumen (Y) merupakan variabel dependen.



Dimana :

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Penetapan Harga

Y = Loyalitas Konsumen

Hipotesis Penelitian

H1 : terdapat pengaruh dari variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu

H2 : terdapat pengaruh dari variabel penetapan harga terhadap loyalitas konsumen pada Sop Tunjang Dwi Group Lirik. Indragiri Hulu

H3 : terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap loyalitas konsumen pada Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian merupakan data kuantitatif. Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini merupakan sumber data primer dan sekunder. Data primer berasal dari hasil jawaban pernyataan kuesioner yang diberikan kepada para konsumen Sop Tunajng Dwi Group. Sedangkan data sekunder berasal yang digunakan berasal dari sumber pustaka terkait referensi jurnal, pustaka, buku, dan *internet*.

HASIL & PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar didapatkan 100 responden dengan klasifikasi Jenis Kelamin, Usia, Jenjang Pendidikan Terakhir, Pekerjaan dan jumlah kunjungan yang telah ditetapkan. Dari hasil kuesioner tersebut didapatkan hasil sebagian besar konsumen pada Sop TUnjang Dwi Group Lirik, ndragiri Hulu berjenis kelamin laki-laki. Dengan usia responden, sebagian besar berusia >41 tahun, dengan tingkat pendidikan terakhir dominan yaitu S1. Sedangkan untuk pekerjaan yang dominan berada pada kategori Pegawai Negeri Sipil, serta sebagian besar responden adalah memiliki jumlah kunjungan sebanyak lebih dari tiga kali.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas untuk seluruh indikator pernyataan yang mengukur variabel kualitas pelayanan, penetapan harga dan loyalitas konsumen memiliki rhitung > rtabel 0,197, sehingga seluruh indicator pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, penetapan harga dan loyalitas konsumen dapat dinyatakan valid.

Hasil uji reliabilitas membuktikan variabel kualitas pelayanan (X1), penetapan harga (X2) dan loyalitas konsumen (Y) mempunyai nilai cronbach's alpha sebesar > 0,60, yaitu X1 0,937, X2 0,907 dan Y 0,647 sehingga memenuhi nilai kriteria dan bisa dikatakan reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda memiliki nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) sejumlah 0,211, artinya adalah apabila variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka loyalitas konsumen akan mengalami peningkatan juga sejumlah 0,211.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda nilai koefisien regresi variabel penetapan harga (X2) sejumlah 0,191, artinya adalah apabila variabel penetapan harga mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka loyalitas konsumen akan mengalami kenaikan juga sebesar 0,191.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas dengan analisis *Kolmogorov-Smirnov* memiliki nilai Asymp. Sig sebesar 0,077 > 0,05 dan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa sata diatas memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Hasil uji asumsi klasik multikolinearitas memiliki nilai toleran dari kualitas pelayanan dan penetapan harga sebesar 0,668 > 0,10 yang berarti menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas. Dan nilai vif dari kualitas pelayanan dan penetapan harga sebesar 1,498 < 10,00 yang berarti menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas

Hasil uji asumsi klasik heteroskedastisitas menunjukkan nilai sig variabel kualitas pelayanan $0,379 > 0,05$ atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada variabel penetapan harga menunjukkan nilai sig $0,054 > 0,05$ atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik secara heteroskedastisitas untuk model penelitian dengan hasil yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil tabel r square menerangkan koefisien determinasi. Dari tabel di atas diperoleh nilai 0,432 yang berarti kontribusi pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada sop tunjang dwi group lirik, indragiri hulu sebesar 43% sedangkan sisanya 57% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.

Hasil pengujian hipotesis

Uji simultan (uji f)

Hasil pengujian secara simultan antara variabel kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap loyalitas konsumen didapati f hitung sebesar 56,692 dengan nilai signifikansi 0,000 dan taraf signifikansi alpha sebesar 5% atau 0,05, maka f tabel yang diperoleh sebesar 3,09. Variabel kualitas pelayanan dan penetapan harga memiliki F hitung $56,692 > F$ tabel 3,09 dan sig $0,000 < 0,05$. Maka dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan (X_1) dan penetapan harga (X_2) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu

Uji Parsial (Uji t)

Hasil pengujian secara parsial antara variabel kualitas pelayanan (X_1) dan loyalitas konsumen (Y) diperoleh t hitung sejumlah 9,638 dengan signifikansi 0,000. Nilai t hitung $9,638 > t$ tabel 1,660 dan sig $0,000 < 0,05$. Maka H_o ditolak dan H_a diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu.

Hasil pengujian secara parsial antara variabel penetapan harga (X_2) dan loyalitas konsumen (Y) diperoleh t hitung sejumlah 9,933 dengan signifikansi 0,000. Nilai t hitung $9,933 > t$ tabel 1,660 dan sig $0,000 < 0,05$. Maka H_o ditolak dan H_a diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penetapan harga terhadap loyalitas konsumen pada Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu.

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan memiliki kontribusi dan pengaruh terhadap loyalitas konsumen, karena kualitas pelayanan yang baik akan memberikan pengaruh loyalitas pelanggan secara langsung melalui dimensi yang dimilikinya (Fandi Tjiptono, 2007). Dengan kualitas pelayanan yang baik maka akan terciptanya loyalitas konsumen terhadap suatu merek.

2) Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan penetapan harga memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen, hal ini dikarenakan penetapan sebuah harga dinilai sebagai salah satu cara untuk melihat seberapa jauh produk atau jasa tersebut dinilai oleh konsumen dan juga dalam proses membangun loyalitas konsumen (Lupiyoadi, 2001). Dengan harga yang diberikan sesuai dengan masyarakat maka hal tersebut akan mewujudkan sebuah loyalitas konsumen yang baik pula.

3) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil penelitian yang dilakukan pada variabel kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap loyalitas konsumen yang diperoleh melalui uji simultan (uji F), mendapatkan hasil yang membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan dan penetapan harga memiliki nilai F hitung $56,692 > F$ tabel $3,09$ dengan sig $0,00 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan penetapan harga memiliki kontribusi dan pengaruh simultan terhadap loyalitas konsumen.

KESIMPULAN

Dalam usaha menjadi unggul, perusahaan harus mampu untuk dalam memenuhi segala permintaan dan kebutuhan dari konsumen. Hal tersebut dikarenakan jika perusahaan tidak mampu memenuhi ekspektasi konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan maka konsumen akan mencari perusahaan yang mampu memenuhi ekspektasi konsumen tersebut. Dalam hal ini penerapan strategi perusahaan yang baik akan sangat berpengaruh dalam keberlangsungan perusahaan. Penelitian ini berfokus dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu dan hasil penelitian menunjukkan terdapat kualitas pelayanan dan penetapan harga sebagai faktor pengaruh dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

SARAN

Sebuah loyalitas konsumen sangat penting dalam keberlangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi Sop Tunjang Dwi Group dalam mempertahankan loyalitas konsumen yang ada. Oleh karena itu, Sop Tunjang Dwi Group disarankan untuk memperhatikan tingkat loyalitas konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik serta harga yang baik pula agar hal tersebut membuat konsumen akan loyal dalam melakukan transaksi pada Sop Tunjang Dwi Group Lirik, Indragiri Hulu.

REFERENSI

- Fandy, Tjiptono. (2004). *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta. Andi Offset.
- Fandy, Tjiptono. (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ke Dua. Yogyakarta. Andi
- Fandy Tjiptono. (2017). *Pemasaran Jasa*. Penerbit Banyumedia Publishing, Jawa Timur.

- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Kotler, Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Keduabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : IKAPI.