

PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CITRA SWALAYAN DENGAN VARIABEL INTERVENING *SERVICE QUALITY*

Eko Putra

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pasaman Simpang Empat Pasaman Barat
Jln. Pujarahayu Ophir, 26368.

Diterima 20 Maret 2014

Disetujui 19 April 2014

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana harga mempengaruhi kepuasan konsumen dan melihat pula apakah *service quality* berperan sebagai variabel intervening. Dari hasil penelitian ini didapatkan variabel harga (x) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (y) dimana koefisien regresinya adalah 0,423 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Namun, nilai koefisien regresi variabel harga (X) tersebut mengalami penurunan dari 0,423 menjadi 0,289. Variabel *service quality* (I) sebagai variabel intervening berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai koefisien regresi adalah 0,289 dan tingkat signifikannya sebesar 0,000. Besarnya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah 0,376 ($R^2 = 37.6$). Dengan kata lain terjadi peningkatan pengaruh variabel harga terhadap kepuasan kerja (Y) dengan adanya variabel intervening (*service quality*) sebesar 17.1% atau dari 37.6% menjadi 54.7%. Berarti dapat diinterpretasikan bahwa variabel *service quality* (I) memediasi secara parsial (*partial mediation*) hubungan antara variabel harga(X) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Kata Kunci : Harga, Kepuasan Konsumen, *Service Quality*

PENDAHULUAN

Banyaknya kebutuhan manusia akan barang dan jasa membuat para produsen berpacu untuk dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan, kondisi seperti ini mengakibatkan terjadinya persaingan antar produsen. Dengan kondisi persaingan yang semakin hari semakin ketat dan kompetitif maka setiap swalayan dituntut kerja keras agar pengusaha mampu bertahan hidup dan harus tetap berkembang, dan perusahaan harus bisa dapat menentukan strategi dalam persaingan sehingga perusahaan tersebut dapat memenangkan persaingan.

Dengan strategi yang baik maka sebuah perusahaan dapat menjalankan perusahaannya dengan baik yakni dapat mengendalikan resiko apa saja yang mungkin akan dialami oleh perusahaan baik masa sekarang maupun dimasa yang akan datang. Dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, kepuasan konsumen merupakan hal yang utama, konsumen diibaratkan seorang raja yang harus dilayani namun hal ini bukan menyerahkan segala-segalanya kepada konsumen. Usaha memuaskan kebutuhan

konsumen harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat *win-win situation* yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa menang dan tidak ada yang dirugikan.

Kepuasan konsumen sendiri diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk/jasa sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang kemampuan produk/jasa tersebut oleh konsumen. Menurut Philip Kotler (2009) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya.

Kepuasan konsumen juga ditunjang oleh harga yang ditawarkan oleh Citra Swalayan

Dengan demikian kepuasan konsumen merupakan perilaku yang terbentuk terhadap barang atau jasa sebagai pembelian/pelayanan. Kepuasan konsumen sangat penting karena akan berdampak pada kelancaran bisnis atau perusahaan. Mempertahankan kepuasan konsumen dari waktu ke waktu akan dapat membina hubungan yang baik dengan konsumen

itu sendiri. Selain mempertahankan kepuasan konsumen swalayan juga harus memperhatikan *service quality*.

Untuk mendapatkan *service quality*, perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat. Konsumen akan menjadi loyal apabila swalayan menyediakan produk-produk yang beraneka ragam, berkualitas dan menawarkan dengan harga yang wajar. Selain faktor harga yang mendukung loyal konsumen adalah *service quality*. Dengan adanya pengembangan *service quality* swalayan akan memperoleh keuntungan jangka panjang, karena servis tidak bisa langsung di tiru oleh para pesaing tetapi dirasakan oleh konsumen, kesetiaan konsumen telah memperoleh *service quality* yang baik dan memuaskan sehingga pelanggan datang lagi dan datang lagi. Sebab hanya pelangganlah yang bisa menilai apakah sebuah layanan yang diberikan sudah berkualitas yang baik atau tidak.

Kotler (2000) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Kualitas pelayanan ditunjukkan oleh beberapa faktor antara lain dimensi fasilitas, keandalan, daya tanggap, pengetahuan dan keramah tamahan serta kepedulian karyawan. Menciptakan kualitas layanan jasa dapat menciptakan nilai jasa sehingga dari nilai jasa tersebut dapat menciptakan kepuasan konsumen. Pelayanan disini adalah segala bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak Swalayan Citra selama konsumen tersebut berada di Swalayan Citra.

Bagi swalayan yang berkomitmen menetapkan basis persaingan di *service quality* dan mengerti bagaimanapun membangunnya, banyak yang sudah memetik hasilnya. Mereka mempunyai pelanggan yang loyal dengan *service quality* yang baik. Bagi mereka produk yang dijual dapat di beli pelanggan karena harga yang pas serta *service quality* yang lebih baik dibandingkan pesaing.

Berdasarkan konsep-konsep dan konteks yang digambarkan di atas peneliti berkeinginan untuk melakukan kajian khususnya pada konsumen mengenai harga, *service quality* dan kepuasan setelah menggunakan jasa berbelanja di Citra Swalayan dengan judul penelitian "Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Citra Swalayan Dengan Variabel Intervening *Service Quality*"

BAHAN DAN METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian observasional yang dilakukan bersifat diskriptif Asosiatif yang akan mengungkapkan pengaruh antara variable independent dengan variable dependent. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data yang utama, sehingga jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory* (penjelasan).

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2005 : 55). Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Citra Swalayan Simpang Ampek.. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono : 2009:116). Untuk jumlah populasi yang belum diketahui jumlah identitas anggotanya maka LR gay dalam sumanto (1995:47) memberikan suatu ketentuan yaitu untuk penelitian jumlah sampel minimal 30 subjek. Merujuk pendapat tersebut maka peneliti mengambil sampel sebanyak 60 orang, hal ini mempertimbangkan waktu penelitian. Populasi yang jumlah identitas anggota populasinya tidak diketahui maka penelitian sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling* dengan menggunakan metode *Convenience Sampling* yaitu teknik sampling dimana peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja yang ditemui. Yaitu siapa saja yang pernah menjadi konsumen atau yang membeli di Citra Swalayan.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

- Sumber data primer, yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber penelitian atau lapangan yang diperoleh melalui pengamatan dan pencatatan secara cermat melalui penyebaran kuisioner kepada konsumen Citra Swalayan. Data ini merupakan jawaban responden yang akan dianalisis secara sistematis.
- Sumber data sekunder, penelitian meliputi berbagai keterangan yang diperoleh berdasarkan literatur-literatur maupun dokumentasi dan jurnal-jurnal yang dapat menunjang penelitian ini.

Pengujian Instrumen

Sebelum instrument digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan maka dilakukan terlebih dahulu pengujian instrument untuk mendapatkan butir-butir pernyataan yang

sahih/*valid* dan handal/*reliable* secara empiris. Dengan menggunakan SPSS 16.

Analisis Regresi Sederhana

Analisa regresi linear sederhana merupakan teknik statistic untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, tujuan untuk menggunakan analisis ini adalah untuk melihat pengaruh :

1. Pengaruh Harga (X) terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Citra dengan formula sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

x = Harga

2. Pengaruh *Service Quality* (I) terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Citra dengan formula sebagai berikut :

$$Y = a + bI$$

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

Menurut Singgih (2000), uji normalitas berpedoman pada uji Kolmogorov yaitu :

b = Koefisien regresi

M = *Service Quality*

Regresi Bertingkat (*Hierarchical Regresi Analysis*)

Analisis regresi bertingkat (*Hierarchical Regresi Analysis*) merupakan teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi (*Service Quality*) terhadap hubungan antara variabel bebas (Harga) dan variabel terikat (Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Citra), Baron Kenny (1986).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Realibilitas

Berdasarkan hasil pengolahan menunjukkan bahwa setiap indikator telah memenuhi syarat validitas, karena semua indikator berada diatas nilai 0,30. Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas harga, *Service Quality* dan Kepuasan Konsumen menunjukkan reliabel karena *cronbach's alpha* diatas 0,70.

Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

No	Variabel Bebas	Sig.	Alpha	Keterangan
1	Kepuasan Konsumen (Y)	0.352	0.05	Normal
2	<i>Service Quality</i> (I)	0.441	0.05	Normal
3	Harga (X)	0.218	0.05	Normal

Dari penyajian tabel diatas dapat diketahui bahwa signifikan untuk variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0.352, sedangkan variabel *service quality* (I) sebesar 0.441 dan harga (X) sebesar 0.218. Ini berarti nilai signifikan variabel harga (X) dan kepuasan konsumen (Y) dan *service quality* (I) nilainya lebih beesar dari tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini ($\alpha = 0.05$). dengan

penemuan ini dapat disimpulkan bahwa vaiabel tersebut berdistribusi normal.

Uji Multikolonearitas

Untuk mengetahui ada tidaknya multi kolonearitas dalam model regresi dapat dilihat melalui VIF (Varian Inflation Faktor). Bila angka tolerance > 1 atau nilai VIF > 10, maka terdapat gejala multikolonearitas. Hasil uji multikolonearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Hasil Uji Multikolonearitas

No	Variabel Bebas	Tolerance	VIF
1	<i>Service Quality</i> (I)	0.352	1.173
2	Harga (X)	0.352	1.173

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa semua variabel bebs (independen) dalam penelitian ini yaitu *service quality* (I) dan harga (X) nilai *tolerance* tidak ada yang kecil dari 0.10 dan nilai VIF tidak ada besar dari 10. Nilai

tolerance harga (X) sebesar 0,352 dan *service quality* (I) didapat nilai sebesar 0.352. Dan nilai VIF harga (X) sebesar 1.173 dan nilai VIF *service quality* (I) sebesar .173. Dengan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa di antara

variabel independen dinyatakan bebas dari multikolinearitas.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisa Regresi Linear Sederhana merupakan teknik statistik untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun tujuan ini adalah untuk melihat :

1. Pengaruh Harga (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Hasil analisis regresi linear sederhana untuk membuktikan pengaruh Harga (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dapat dilihat sebagai berikut :

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Signifikansi
Kepuasan Konsumen (Y)	Konstanta	3,682	0,001
	Harga (X)	0,423	0,000
	F	22,843	0,000
	R ²	0,376	

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Dari hasil analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh harga (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 3.682 + 0,423$$

Dari persamaan regresi linear sederhana di atas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien regresi harga (X) adalah 0,423 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari alpha 0,005. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa variabel harga (X) berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen (Y). Oleh karena itu hipotesis pertama (H₁) penelitian ini yang menyatakan bahwa "harga berpengaruh signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Citra" diterima.

2. Nilai F ditemukan sebesar 22.843 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Citra.

3. Nilai R² (R square) ditemukan sebesar 0,376 yang dapat diartikan bahwa variabel bebas yaitu harga mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen Swalayan Citra sebesar 47,6%. Sedangkan sisanya sebanyak 62,4% lagi dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

Hasil analisis regresi linear sederhana untuk membuktikan pengaruh *Service Quality* (I) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dapat dilihat sebagai berikut :

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel Terikat	Variabel Intervening & Konstanta	Koefisien Regresi	Signifikansi
Kepuasan Konsumen (Y)	Konstanta	2.882	0.000
	<i>Service Quality</i> (I)	0,178	0.000
	F	17.621	0.000
	R ²	0,392	

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Dari hasil analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* (I) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bI$$

$$Y = 2.882 + 0,178$$

Dari persamaan regresi linear sederhana di atas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien regresi *Service Quality* (I) adalah 0,178 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari alpha 0,005. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa variabel

Service Quality (I) berpengaruh signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Citra (Y). Oleh karena itu hipotesis kedua (H₂) penelitian ini yang menyatakan bahwa “*Service quality* berpengaruh signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Citra” **diterima**.

2. Nilai F ditemukan sebesar 17.621 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel moderating yaitu *Service Quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Citra.
3. Nilai R² (*R square*) ditemukan sebesar 0,392 yang dapat diartikan bahwa variabel intervening yaitu *Service Quality* mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen Swalayan Citra sebesar 39.2%. Sedangkan sisanya sebanyak 60.8% lagi dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Bertingkat

Analisis regresi bertingkat (*Hierarchical Regression*) merupakan teknik statistik untuk mengetahui dampak variabel mediasi atau intervening terhadap hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Menurut Baron Kenny (1986) terdapat 4 langkah untuk melakukan pengujian dampak variabel Mediasi sebagai berikut:

1. Variabel bebas harus berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (β1 harus signifikan)
2. Variabel bebas harus berpengaruh signifikan terhadap variabel intervening (β2 harus signifikan)
3. Variabel intervening harus berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (β3 harus signifikan)

4. Mediasi penuh terjadi apabila variabel bebas (harga) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen), setelah dimediasi oleh *service quality* (intervening). Sedangkan mediasi parsial terjadi apabila variabel bebas (harga) masih berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen), tetapi nilai signifikannya mengalami penurunan.

Berdasarkan hasil regresi linear sederhana tentang pengaruh dimensi Harga (X) terhadap kepuasan konsumen (langkah pertama). Ditemukan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian persyaratan pada langkah pertama dalam pengujian pengaruh intervening terpenuhi.

Pengujian pengaruh intervening pada langkah kedua adalah variabel bebas (Harga) harus signifikan terhadap variabel intervening (*Service Quality*). Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana ditemukan bahwa Harga (X) berpengaruh signifikan terhadap *Service Quality* (I). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persyaratan langkah kedua dalam uji intervening telah terpenuhi.

Langkah ketiga pengujian mediasi adalah melakukan pengujian atas pengaruh variabel intervening (*Service Quality*) terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen). Hasil uji regresi linear sederhana tentang *Service Quality* (I) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) memperlihatkan bahwa variabel *Service Quality* (I) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dengan demikian persyaratan ketiga dalam pengujian pengaruh intervening terpenuhi.

Berdasarkan hasil uji pada langkah pertama, kedua, dan ketiga maka hasil uji intervening dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Hasil Analisa Regresi Bertingkat

Variabel Terikat	Variabel Bebas dan Intervening	Koefisien Regresi dan Signifikansi			
		Tahap 1	Sig.	Tahap 2	Sig.
Kepuasan Konsumen (Y)	Konstanta (a)	3.682	0,001	6.561	0,001
	Harga (X)	0,423	0,000	0,289	0,000
	<i>Service Quality</i> (I)	-	-	0,331	0,000
	R ²		0.376		0,547

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan hasil uji regresi bertingkat yang diringkas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa pada tahap 1:

Variabel harga (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dimana nilai koefisien regresinya adalah 0,423 dengan tingkat signifikan adalah 0.000. Besar pengaruh variabel harga (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah 0.376

Pada tahap 2, pengaruh variabel harga (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) setelah intervening atau intervensi oleh variabel *Service Quality* (I) dapat dijelaskan sebagai berikut:

Variabel Harga (X) masih berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dimana:

- koefisien regresinya adalah 0,289 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Namun, nilai koefisien regresi variabel Harga (X) tersebut mengalami penurunan dari 0,423 (tahap I) menjadi 0.289 (tahap2).
- Variabel *Service Quality* (I) sebagai variabel intervening berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai koefisien regresi adalah 0,331 dan tingkat signifikannya sebesar 0,000.
- Besarnya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah 0,547 ($R^2 = 54.7$). Dengan kata lain terjadi peningkatan pengaruh variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 17.1% atau dari 37.6% menjadi 54.7%.

Berdasarkan uraian diatas dapat diinterpretasikan bahwa variabel *Service Quality* (I) memediasi secara parsial (*partial mediation*) hubungan antara variabel harga (X) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian hipotesis ketiga (H_3) "dapat diterima."

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, berikut ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Citra Swalayan . Artinya semakin murah harga, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen pada Citra Swalayan.
- Harga berpengaruh signifikan terhadap *Service Quality*. Semakin murah harga, maka akan semakin meningkat *Service Quality* yang diberikan karyawan Citra Swalayan.
- Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi *Service Quality* karyawan pada konsumen Citra Swalayan maka semakin

meningkat kepuasan konsumen pada Citra Swalayan.

- Service Quality* mengintervensi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Citra Swalayan. Artinya harga melalui *Service Quality* lebih besar pengaruhnya dari pada pengaruh harga secara langsung terhadap kepuasan konsumen.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada Citra Swalayan Simpang Ampek atas kesempatan penelitiannya dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Pendidikan Pasaman Barat serta semua pihak yang membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002 . *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan P raktek*, Edisi revisi V, Cet ke-12, Rineka Cipta, Jakarta.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Gay.L.R. and Diehl.P.L. 1996. *Research Methods for Business and Managements*.Macmillah
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Semarang. Indonesia.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid I. Jakarta
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jilid 1&2. PT. Prenhalindo. Jakarta
- Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dn R&D Alfabeta: Bandung