

## Loyalitas Pelanggan Pada Minimarket Hasil Bumi di Daerah Sambeng: Peran yang Dimainkan Harga Dan Kualitas Pelayanan

Silfa Dalita Irdana<sup>1</sup>, Wisnu Mahendri<sup>2</sup>

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah<sup>1,2</sup>

\*Penulis korespondensi: [dalitairdana@gmail.com](mailto:dalitairdana@gmail.com)

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Minimarket Hasil Bumi di kecamatan Sambeng. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan Minimarket Hasil Bumi, Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling sehingga diperoleh 100 orang dengan menggunakan rumus slovin. Teknik analisis yang digunakan adalah uji instrumen penelitian (validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis parsial). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. kualitas layanan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci** : Harga, Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan.

### Abstract

*The purpose of this study was to determine whether there is an effect of price and service quality on customer loyalty at the Produce Minimarket in the Sambeng sub-district. The population in this study were all customers of Minimarket Agricultural Products. The sampling technique used in this study was probability sampling, so 100 people were obtained using the solvency formula. The analysis technique used is the research instrument test (validity and reliability, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, and partial hypothesis test). The results of this study indicate that price has a significant effect on customer loyalty. Meanwhile, service quality has an effect but is not significant on customer loyalty.*

**Keywords** : Customer loyalty, Price, Service Quality.

## A. PENDAHULUAN

Bisnis mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan berkembangnya zaman. Semua ini dimulai dengan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan dimotivasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan menawarkan barang atau jasa yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Setiap jenis barang dan jasa mengalami persaingan yang sangat ketat. Jika perusahaan ingin bertahan, pemilik bisnis harus memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Begitu pula, industri ritel mengalami persaingan yang sangat ketat. Bisnis yang menjual barang dan jasa kepada konsumen secara langsung disebut ritel. Bisnis ritel di Indonesia kini mulai berkembang dari bisnis ritel tradisional menuju bisnis ritel modern, dengan perkembangan yang semakin meningkat. Munculnya beberapa perusahaan ritel seperti Indomaret dan Alfamart di Indonesia menunjukkan hal ini. Semua itu terjadi tanpa

mempertimbangkan keuntungan yang ditawarkan oleh masing-masing pusat perbelanjaan tersebut; misalnya, mereka dapat menawarkan harga yang lebih murah, produk berkualitas tinggi, dan pelayanan yang baik. Hal ini dilakukan untuk membantu bisnis membangun loyalitas pelanggan.

Salah satu tujuan akhir perusahaan adalah memiliki pelanggan yang loyal. Loyalitas pelanggan menjadi hal penting yang harus diperhatikan, karena loyalitas pelanggan dapat mempertahankan perusahaan dalam jangka panjang. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap merek atau toko, berdasarkan kualitas positif dalam pembelian jangka panjang (Nurchayyo, 2019).

Perusahaan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menetapkan harga yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan adalah perusahaan yang bertahan dalam usahanya. Satu-satunya komponen campuran pemasaran yang menghasilkan pendapatan rutin bagi perusahaan adalah harga. Perusahaan harus memiliki keunggulan dalam menetapkan harga yang tepat jika mereka ingin mengharapkan perilaku positif terhadap apa yang mereka tawarkan (Gulla et al., 2015) Harga termasuk jumlah uang yang dibayar untuk sebuah produk.

Kualitas layanan sangat penting untuk loyalitas pelanggan selain harga. Perusahaan yang memberikan pelayanan yang baik dan kepuasan pelanggan adalah yang berhasil bertahan dalam usahanya. Kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi harapan manusia disebut kualitas layanan. Kualitas layanan dianggap baik dan memuaskan jika pelayanan diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan (Latte, 2019).

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti oleh peneliti adalah (1) apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Minimarket Hasil Bumi di kecamatan Sambeng. (2) apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Minimarket Hasil Bumi di kecamatan Sambeng. (3) apakah harga dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Minimarket Hasil Bumi di kecamatan Sambeng.

## **B. LANDASAN TEORI**

### **Loyalitas Pelanggan**

(Harnoto, 2014) menyatakan bahwa loyalitas adalah tingkat kesetiaan pelanggan terhadap pembelian barang atau jasa di tempat tertentu yang membuat pelanggan menjadi loyal. Pelanggan loyal merupakan aset ternilai bagi perusahaan, dan perusahaan harus membangun

hubungan yang baik dengan pelanggan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan itu sendiri (Sutisna & Handra, 2020). Pelanggan yang setia adalah orang-orang yang sangat puas dengan produk dan jasa tertentu sehingga mereka tertarik untuk menyarankan orang lain untuk menggunakannya juga.

### **Harga**

(Guanabara et al., n.d.) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dapat digunakan sebagai alat tukar untuk mendapatkan barang atau jasa untuk seseorang atau kelompok pada waktu tertentu (Gulla et al., 2015) Harga juga dapat didefinisikan sebagai penentuan nilai produk di benak konsumen. Karena harga berperan penting dalam bisnis, harga sangat penting bagi perekonomian. Dengan kata lain, biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan pengadaan barang bagi perusahaan dan efisiensi produksi perusahaan manufaktur dipengaruhi oleh tingkat harga barang yang ditetapkan.

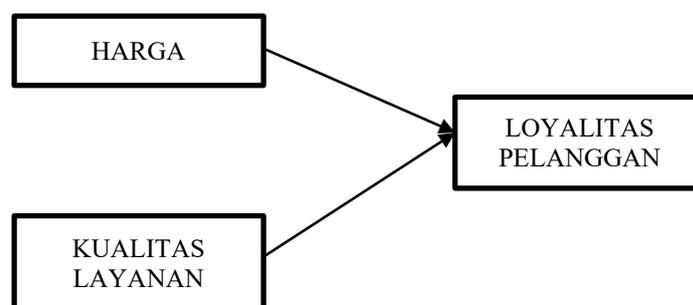
### **Kualitas Layanan**

(Binotoyo Agung, 2012) menyatakan bahwa kualitas layanan ditentukan oleh seberapa baik tingkat layanan yang dapat diberikan oleh perusahaan atau lembaga tertentu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan atau pengunjung dan persepsi masyarakat.

(Maria & Anshori, 2016) menyatakan bahwa kualitas layanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan serta pada kecepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

### **Kerangka Berpikir**

Kerangka pemikiran untuk penelitian dapat dibuat dengan melihat landasan teori dan penelitian sebelumnya. ini terdiri dari satu variabel yaitu loyalitas pelanggan dan dua variabel bebas yaitu harga dan kualitas layanan.



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

**Hipotesis**

- Ha1 : Diduga terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di Minimarket Hasil Bumi di kecamatan Sambeng.
- Ho1 : Diduga tidak pengaruh antara harga terhadap loyalitas pelanggan di minimarket hasil bumi di kecamatan Sambeng.
- Ha2 : Diduga terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Minimarket Hasil Bumi di kecamatan Sambeng.
- Ho2 : Diduga tidak pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Minimarket Hasil Bumi di kecamatan Sambeng.
- Ha3 : Diduga terdapat pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Minimarket Hasil Bumi di kecamatan Sambeng.
- Ho3 : Diduga tidak pengaruh harga kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Minimarket Hasil Bumi di kecamatan Sambeng.

**C. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini dilakukan di Minimarket Hasil Bumi di Kecamatan Sambeng. Dalam penelitian ini populasinya terdiri dari pelanggan Minimarket Hasil Bumi yang melakukan pembelian berulang-ulang. Penelitian ini menggunakan sampel populasi yang memiliki karakteristik atau fitur tertentu yang akan diteliti. Pengambilan sampel menggunakan metode random sederhana, yang berarti sampel yang diambil dari populasi secara acak tanpa mempertimbangkan kelas populasi.

Kemudian data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup yang dibagikan kepada responden yang merupakan pelanggan Minimarket Hasil Bumi. Setelah dikumpulkan data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 26.

**D. HASIL DAN PEMBAHASAN****HASIL PENELITIAN****Uji Instrumen****Tabel 1. Uji Validitas**

Harga (X1)			
Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,360	0,195	Valid
Pertanyaan 2	0,548	0,195	Valid
Pertanyaan 3	0,650	0,195	Valid
Pertanyaan 4	0,734	0,195	Valid
Pertanyaan 5	0,704	0,195	Valid
Pertanyaan 6	0,501	0,195	Valid
Pertanyaan 7	0,642	0,195	Valid
Pertanyaan 8	0,731	0,195	Valid
Kualitas Layanan X2			
Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,586	0,195	Valid
Pertanyaan 2	0,670	0,195	Valid
Pertanyaan 3	0,789	0,195	Valid
Pertanyaan 4	0,666	0,195	Valid
Pertanyaan 5	0,725	0,195	Valid
Pertanyaan 6	0,717	0,195	Valid
Pertanyaan 7	0,653	0,195	Valid
Pertanyaan 8	0,608	0,195	Valid
Loyalitas Pelanggan Y			
Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,638	0,195	Valid
Pertanyaan 2	0,756	0,195	Valid
Pertanyaan 3	0,683	0,195	Valid
Pertanyaan 4	0,764	0,195	Valid
Pertanyaan 5	0,555	0,195	Valid
Pertanyaan 6	0,684	0,195	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

**Tabel 2. Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Jumlah Pernyataan	Alpha Hitung	Koefisien Alpha	Keterangan
1	Harga	8	0.770	0.6	Reliabel
2	Kualitas layanan	8	0.762	0.6	Reliabel
3	Loyalitas Pelanggan	6	0.830	0.6	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Dari tabel 1 diatas diketahui bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki  $r \text{ tabel} > 0,195$ . Dari hasil uji reliabilitas diketahui bahwa keseluruhan variabel yang diuji memiliki nilai *Alpha Cronbach*  $> 0.06$  sehingga dapat disimpulkan ketiga variabel yaitu variabel harga, kualitas layanan, dan loyalitas dinyatakan reliabel.

**Tabel 3. Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients			
	B	Std. Error	T	Sig.
(Constant)	6.031	2.181	2.765	.007
Harga	.415	.084	4.943	.000
Kualitas Layanan	.081	.083	0.987	.326

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 6.031 + 0.415 + 0.081$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta a sebesar 6.031 dapat dinyatakan bahwa jika harga dan kualitas layanan dianggap 0 (nol) maka loyalitas pelanggan pada Minimarket Hasil Bumi di Kecamatan Sambeng sebesar 6.031
2. Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0.415 dapat dinyatakan bahwa jika harga semakin baik dan dengan asumsi variabel lain tetap maka loyalitas akan mengalami peningkatan.
3. Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan sebesar 0.081 dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan jika semakin baik dan dengan asumsi variabel lain tetap maka loyalitas pelanggan akan meningkat.

Merujuk pada tabel 3, uji hipotesis parsial yang didapatkan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel harga diketahui memiliki t hitung  $< t$  tabel yaitu  $4.943 > 1.985$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat dinyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan di Minimarket Hasil Bumi di Kecamatan Sambeng.
2. Variabel kualitas layanan diketahui memiliki t hitung  $< t$  tabel yaitu  $0,698 > 1.985$  dengan tingkat signifikan  $0.987 < 0,05$  sehingga dapat dinyatakan berpengaruh positif tapi tidak signifikan variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Minimarket Hasil Bumi di Kecamatan Sambeng.

**Tabel 4. Uji F**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	408,907	2	204,454	28,287	,000(a)
	Residual	701,093	97	7,228		
	Total	1110,000	99			

a. Dependent Variabel: Loyalitas

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Layanan

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

**Tabel 5. Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,607 <sup>a</sup>	,368	,355	2,688

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $28,287 > 3,09$ . Dengan menggunakan batas signifikan tersebut  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa secara simultan variabel harga dan kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Minimarket Hasil Bumi di Kecamatan Sambeng diterima.

Berdasarkan tabel 5 diatas, nilai koefisien determinasi untuk variabel independen digunakan adjusted R square. Hasil pengujian secara statistik diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,355 atau 35,5%. Nilai koefisien menunjukkan adanya pengaruh bahwa harga (X1) dan kualitas layanan (X2) memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y) dan sisanya 64,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Wibowo & Magelang, 2018) variabel harga berdampak positif pada loyalitas pelanggan jika harga yang ditawarkan perusahaan sesuai dengan kemampuan keuangan pelanggan. Harga dapat menunjukkan kualitas produk, karena konsumen percaya bahwa harga tinggi biasanya menandakan kualitas baik.

Berdasarkan uji parsial yang dilakukan pada variabel harga, ditemukan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $5,165 > 1,985$ , dengan signifikan  $0,000 < 0,5$ . Ini menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), yang menunjukkan bahwa variabel harga memengaruhi loyalitas pelanggan.

Harga yang diciptakan dianggap sebagai jumlah nilai yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan untuk keuntungan memiliki dan menggunakan barang atau jasa yang memungkinkan perusahaan menghasilkan keuntungan yang wajar (Gulla et al., 2015)

Kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga pelanggan puas dan kemudian menjadi loyal, menciptakan hubungan positif antara kualitas layanan dan nilai pelanggan. (Putra et al., 2021)

Kualitas layanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memengaruhi loyalitas pelanggan, seperti yang ditunjukkan oleh uji parsial yang dilakukan pada variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, hasilnya menunjukkan bahwa  $t$  hitung  $>$  dari  $t$  tabel, yaitu  $0,698 <$  dari  $1,985$  dan tingkat signifikansi  $0,487 >$  dari  $0,05$ . Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memengaruhi loyalitas secara tidak signifikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan memengaruhi loyalitas pelanggan di Minimarket Hasil Bumi Kecamatan Sambeng secara simultan. Berdasarkan uji simultan, diperoleh nilai  $f$  hitung  $>$  dari  $t$  tabel, yaitu  $28,287 >$   $3,09$ . Dengan batas signifikan  $0,05$ , diperoleh nilai signifikan  $0,000 <$  dari  $0,05$ , yang menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa harga dan kualitas layanan

Kualitas layanan dan harga sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, jadi semakin baik kualitas layanan dan harga yang ditawarkan oleh perusahaan, konsumen akan lebih puas dan loyal dan akan kembali membeli produk tersebut. Layanan yang baik memenuhi harapan pelanggan dan akan membuat konsumen kembali membeli produk tersebut. Ketika pelanggan mengeluarkan uang atau nilai, mereka mengharapkan pelayanan yang sebanding.

## **E. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **KESIMPULAN**

Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat diartikan apabila harga yang ditawarkan oleh perusahaan sesuai dengan apa yang konsumen rasakan dan konsumen dapatkan, maka konsumen merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang. Harga merupakan nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang untuk memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu. Harga juga sangat berperan penting bagi perekonomian. Dengan kata lain tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi perputaran barang yang dijual, kualitas barang yang dijual berpengaruh terhadap biaya yang dikeluarkan. Maka harga

berpengaruh terhadap pendapatan, sehingga harga berpengaruh terhadap laba usaha dan posisi dari keuangan perusahaan.

Variabel kualitas layanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada minimarket hasil bumi dikecamatan sambeng karena tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan atau pengunjung. Akan tetapi pada penelitian ini kualitas layanan memberikan pengaruh yang kecil terhadap loyalitas pelanggan, karena mungkin pelayanan yang diberikan oleh karyawan minimarket hasil bumi kurang memuaskan, hal ini bisa terjadi mungkin karena kesalahan dalam melayani pelanggan dalam berbelanja, seperti halnya salah mengambil produk yang diinginkan oleh konsumen.

Dari kedua variabel independen dalam penelitian ini yakni harga dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di minimarket Hasil Bumi di Kecamatan Sambeng. Hal ini dapat diartikan bahwa apabila perusahaan memberikan pelayanan yang baik dengan harga yang terjangkau, maka dengan demikian, pelanggan akan percaya dan tidak ragu untuk kembali berbelanja ke Minimarket Hasil Bumi di Kecamatan Sambeng.

## **SARAN**

Bagi perusahaan Minimarket Hasil Bumi senantiasa dapat lebih meningkatkan lagi strategi penetapan harga sehingga dapat berorientasi pada perusahaan maupun pelanggan Minimarket Hasil Bumi untuk keberlangsungan jangka panjang.

Bagi karyawan Minimarket Hasil Bumi lebih meningkatkan kualitas layanannya, hendaknya selalu menanggapi segala keinginan pelanggan dengan cara yang lebih tepat dan tepat, baik dalam memberikan bantuan yang dibutuhkan, terutama untuk pelanggan yang rajin mencari produk yang diinginkan, sehingga mereka puas dan akan kembali membeli produk tersebut.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Binotoyo Agung, F. A. (2012). ( Studi Kasus : Service Quality Analysis Based on Customer Satisfaction ( Study in Bober Café Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis Universitas Telkom*, 2.
- Guanabara, E., Ltda, K., Guanabara, E., & Ltda, K. (n.d.). *Penetapan Harga Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 35–49.
- Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). Analysis of Price, Promotion, and Service Quality To Consumer Satisfaction on Manado Grace Inn Hotel. *Jurnal EMBA*, 3(1), 1313–1322.
- Harnoto, F. (2014). Strategi Kepuasan Pelanggan Dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Loyalitas

- Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 21(36), 1–15.
- Latte, J. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Tirta Kandilo Kabupaten Paser. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(1), 17–29.
- Maria, M., & Anshori, M. Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 50–51. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2654>
- Nurchahyo, A. A. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Toko E.R Collection Ponorogo*. 1–145.
- Putra, I. K. A. M., Wimba, I. G. A., & Susanti, P. H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung. *Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(4), 1279–1291.
- Sutisna, F., & Handra, T. (2020). Analisis Customer Loyalty Pada Toko Online. *Journal British*.
- Wibowo, A. E., & Magelang, U. M. (2018). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas*.