

PENGARUH HARGA, PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ALFAMART

Heny Fitriani

Prodi Manajemen Sumber Daya Manusia Sektor Publik, Politeknik PGRI Banten

Email: heny.fitriani88@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode analisa deskripsi yaitu memberikan gambaran setiap variabel tentang objek penelitian yang sedang diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Alfamart Toko Sat Villa Taman Bunga Batam. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel yakni dengan metode teknik *Purposive Sampling* dengan sehingga sampel yang dapat diambil dari penelitian ini berjumlah 50 orang pelanggan. Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian menunjukkan adanya pengaruh harga, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Alfamart Toko Sat Villa Taman Bunga Batam. Berdasarkan penelitian harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan t hitung sebesar -0.914 sig 0.365, pelayanan tidak berpengaruh signifikan dengan t hitung 1.619 sig 0.112 dan Fasilitas berpengaruh signifikan dengan t hitung 3.429 sig 0.001. Secara simultan berpengaruh signifikan dengan nilai f hitung 6.105 sig 0.001. Hasil nilai R square $(R)^2 = 0.285$. nilai R square berasal dari pengkuadratan nilai koefisien atau R yaitu, $0.534 \times 0.534 = 0.285$. dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel harga, pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 28.5% dan Sedangkan sisanya sebanyak 71,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak teliti atau di masukkan pada penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out the influence of prices, services, and facilities on customer satisfaction. The type of research used is a method of analysis of descriptions that gives an overview of each variable about the object of research being studied and then drawn conclusions. The population in this study is all customers alfamart Toko Sat Villa Taman Bunga Batam. The method used for sampling is by purposive sampling technique method with so that the samples that can be taken from this study numbered 50 customers. Based on the results of the processing of research data shows the influence of prices, services, and facilities on customer satisfaction at Alfamart Toko Sat Villa Taman Bunga Batam. Based on the price research has no effect on customer satisfaction with t count of -0.914 sig 0.365, service has no significant effect with thitung 1,619 sig 0.112 and Facilities significantly influential with t count 3,429 sig 0.001. Simultaneously significant effect with the value of f count 6105 sig 0.001. The result of the value of R square $(R)^2 = 0.285$. The value of R square is derived from the square of the coefficient value or R that is, $0.534 \times 0.534 = 0.285$. from these results can be concluded that variable prices, services, and facilities simultaneously affect customer satisfaction by 28.5% and while the remaining 71.5% is explained by other variables that are not thorough or included in this study.

Keywords: Price, Service, Facilities, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Semakin ketatnya persaingan perdagangan didunia retail, layanan menjadi salah satu yang penting. Contohnya adalah perusahaan Alfamart, Mini Market, Indomaret dan lain sebagainya. Persaingan ini terjadi karena banyaknya perusahaan retail yang menjual produk yang sama. Hal tersebut memacu para pebisnis dibidang retail untuk meningkatkan layanannya,

dengan cara memberikan potongan harga. Di Alfamart khususnya cara untuk meningkatkan daya tarik pembeli adalah memberikan harga yang berbeda dan kualitas pelayanan yang terus ditingkatkan. Alfamart jaringan toko swalayan yang memiliki banyak cabang di Indonesia. Gerai ini umumnya menjual berbagai produk makanan, minuman dan barang kebutuhan hidup lainnya. Lebih dari 200 produk makanan dan barang kebutuhan hidup lainnya tersedia dengan harga bersaing, memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari. Alfamart didirikan pada tanggal 27 Juni 1999, PT. Alfa Mitramart Retailindo, Tbk dan PT. Lancar Distrindo. Toko pertamanya dengan nama Alfa Mini Mart didirikan pada tanggal 18 Oktober 1999 di Jl. Beringin Raya, Karawaci, Tangerang. Pada tanggal 1 Agustus 2002, kepemilikan PT. Alfa Mitramart Trijaya yang sahamnya dimiliki oleh PT Sampoerna (70%) dan PT. Sigmantara Alfindo (30%). Mulai pada tanggal 1 Januari 2003, Alfa Mini Mart berubah menjadi Alfamart. Pada bulan Januari 2009, PT. Sumber Alfaria Trijaya menggelar penawaran umum saham perdana atau *initial public offering* (IPO). Alfamart merupakan jenis bisnis retail yang sedang berkembang pesat saat ini yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dan menawarkan kemudahan karena lokasi atau letaknya yang bisa dijangkau dan dekat dengan konsumen serta mengutamakan kepraktisan dan kecepatan yang didukung dari luas toko atau gerai yang tidak terlalu besar sehingga konsumen berbelanja dengan waktu yang tidak terlalu lama. Keuntungan lain dengan berbelanja di Alfamart yaitu suasana aman dan nyaman dalam berbelanja, tidak kesulitan memilih barang-barang yang diperlukan, kualitas barang lebih terjamin bila dibandingkan belanja dipasar tradisional, harga barang sudah pasti ada sehingga tidak perlu ditawar dan dapat berbelanja berbagai keperluan dalam satu tempat saja sehingga menghemat waktu dan tenaga serta ketersediaan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) yang dikutip dalam buku Manajemen Pemasaran, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang terjadi ketika kinerja (hasil) dari produk yang dikembangkan dibandingkan dengan kinerja yang diharapkan. Memuaskan kebutuhan konsumen ialah keinginan setiap perusahaan. Memenuhi kebutuhan konsumen tidak hanya merupakan faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, tetapi juga meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Konsumen yang puas dengan produk dan layanan cenderung membeli kembali dan menggunakan kembali layanan ketika kebutuhan yang sama muncul kembali di masa depan. Ini berarti bahwa kepuasan adalah faktor pembelian kembali konsumen utama yang menyumbang sebagian besar volume penjualan perusahaan.

Faktor paling penting bagi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan adalah untuk memberikan kualitas pelayanan terbaik yang akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang meningkat, retensi pelanggan dan profitabilitas (Buttle, 1996). Oleh sebab itu untuk dapat memaksimalkan kepuasan konsumen harus memahami dan analisis pelayanan, harga dan ketersediaan produk yang diinginkan konsumen. Menurut Nasution (2010) "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen". Menurut Lupiyodo (2001) "bahwa harga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen".

METODE PENELITIAN

Penelitian tentang pengaruh harga, pelayanan, fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Alfamart Sat Villa Taman Bunga Batam di mulai dari bulan September-Desember 2020. Untuk memperoleh data informasi yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini, maka penulis melakukan penelitian di Alfamart Sat Villa Taman Bunga Batam. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey dengan metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survey, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2015), Penelitian survey ini adalah pengumpulan data yang menggunakan instrument kuesioner/ wawancara untuk mendapatkan tanggapan dari responden.

HASIL PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1
 Uji Validitas Variabel Harga (X1)

No	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	X1.1	0.641	0,278	valid
2	X1.2	0.816		
3	X1.3	0.726		
4	X1.4	0.721		

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Dari hasil SPSS diperoleh nilai untuk variabel Harga dari X1- X4 semua memperoleh hasil pernyataan lebih besar dari nilai r tabel 0,278, maka item pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 2
 Uji Validitas Variabel Pelayanan

No	Item pernyataan	R hitung	R tabel	keterangan
1	X2.1	0.387	0.278	Valid
2	X2.2	0.479		
3	X2.3	0.366		
4	X2.4	0.431		
5	X2.5	0.283		

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Dari hasil SPSS dari diperoleh nilai untuk variabel Pelayanan dari X1-X5 semua memperoleh hasil pernyataan lebih besar dari nilai r tabel 0,278, maka item pernyataan dinyatakan valid.

Variabel Fasilitas

Tabel 3
 Uji Validitas Variabel Fasilitas

No	Item pernyataan	R hitung	R tabel	keterangan
1	X3.1	0.644	0.278	Valid
2	X3.2	0.621		
3	X3.3	0.742		
4	X3.4	0.630		
5	X3.5	0.764		
6	X3.6	0.678		

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Dari hasil SPSS dari tabel diperoleh nilai untuk variabel Fasilitas dari X1- X6 semua memperoleh hasil pernyataan lebih besar dari nilai r tabel 0,278, maka item pernyataan dinyatakan valid.

Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 4
 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Item Pernyataan	R hitung	R Tabel	keterangan
1	Y1.1	0.696	0.278	Valid
2	Y1.2	0.632		
3	Y1.3	0.769		
4	Y1.4	0.604		
5	Y1.5	0.700		

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Dari hasil SPSS diperoleh nilai untuk variabel kepuasan pelanggan dari Y1-Y5 semua memperoleh hasil pernyataan lebih besar dari nilai r tabel 0,278, maka item pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

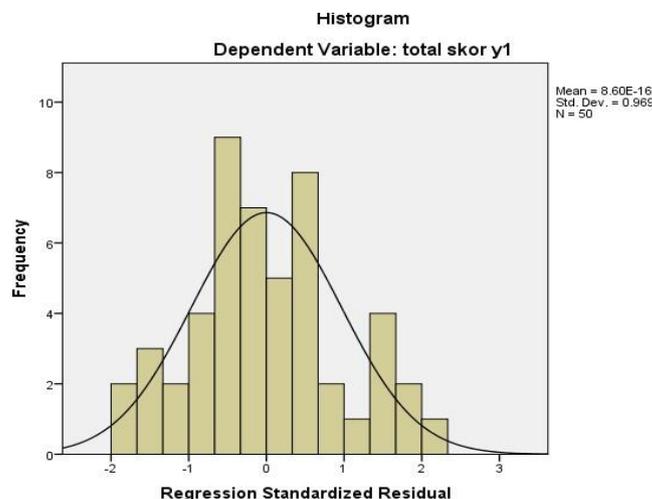
No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>
1	Harga	0.698
2	Pelayanan	0.665
3	Fasilitas	0.762
4	Kepuasan Pelanggan	0.700

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Hasil dari pengolahan data yang terdapat pada tabel 5 didapatkan nilai sebagai berikut:

1. Variabel harga diperoleh nilai *cronbach Alpha* 0.698 lebih besar dari r tabel 0.278
2. Variabel pelayanan diperoleh nilai *cronbach Alpha* 0.665 lebih besar dari r tabel 0.278
3. Variabel fasilitas diperoleh nilai *cronbach Alpha* 0.762 lebih besar dari r tabel 0.278
4. Variabel kepuasan pelanggan diperoleh nilai *cronbach Alpha* 0.700 lebih besar dari r tabel 0.278.

Uji Normalitas



Gambar 1

Grafik histogram

Hasil pengolahan data pada gambar 1 terdapat grafik histogram terlihat bahwa data menyebar

dari kiri ke kanan, maka data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

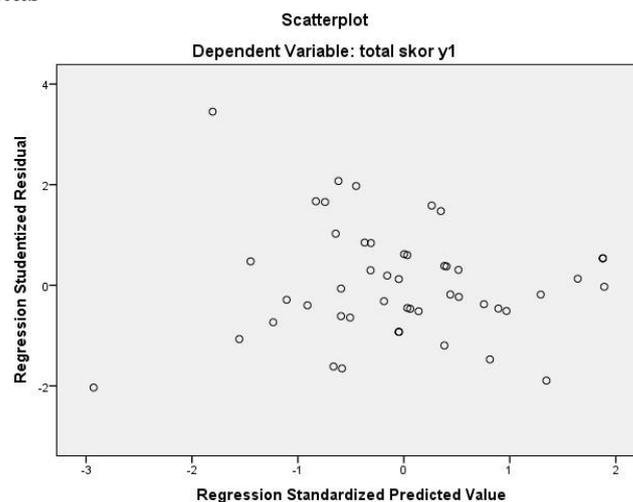
Tabel 6
 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0.807	1.239	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Pelayanan	0.944	1.059	
Fasilitas	0.770	1.299	

Sumber: hasil pengolahan SPSS

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai VIF untuk setiap variabel independen memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0.10. Sehingga didalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2

Grafik Partial Regression Plot

Sumber: hasil pengolahan SPSS

Pada grafik *Partial Regression Plot* terlihat titik-titik pada *scatter plot* menyebar dan tidak membentuk sebuah pola serta sebarannya diatas dan dibawah angka 0, hal ini menunjukkan bahwa model tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7
 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.534 ^a	.285	.238	1.929

Sumber: hasil pengolahan SPSS

a. *predictors*: (constant), harga, pelayanan, fasilitas

b. *Dependent* Variabel: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan nilai output diatas dapat disimpulkan bahwa nilai R square (R)² = 0.285. nilai R square berasal dari pengkuadratan nilai koefisien atau R yaitu, 0.534 x 0.534 = 0.285. dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X1), pelayanan (X2) dan fasilitas (X3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 28.5% dan Sedangkan sisanya

sebanyak 71,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak teliti atau di masukkan pada penelitian ini.

Uji T

Tabel 8
 Hasil Uji T

Variabel	T hitung	Sig	keterangan
Harga	-0.914	0.365	Tidak berpengaruh secara parsial
Pelayanan	1.619	0.112	Tidak berpengaruh secara parsial
Fasilitas	3.429	0.001	Berpengaruh secara parsial

Sumber data: Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan tabel 8 di atas dapat diketahui sebagai berikut:

1. Nilai untuk variabel harga sebesar $t_{hitung} (-0.914) < t_{tabel} (2.012)$, dan nilai tingkat signifikan (0,365) dengan menggunakan batas (0,05), berarti nilai signifikan tersebut lebih besar dari taraf 5% yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, maka hipotesis pertama penelitian ini tidak terbukti, itu artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari Harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
2. Nilai untuk variabel pelayanan sebesar $t_{hitung} (1.619) < t_{tabel} (2.012)$, dan nilai tingkat signifikan (0,112) dengan menggunakan batas (0,05), berarti nilai signifikan tersebut lebih besar dari taraf 5% yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, maka hipotesis kedua penelitian ini tidak terbukti, itu artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
3. Nilai untuk variabel fasilitas sebesar $t_{hitung} (3.429) > t_{tabel} (2.012)$, dan nilai tingkat signifikan (0.001) dengan menggunakan batas (0,05), berarti nilai signifikan tersebut lebih kecil dari taraf 5% yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, maka hipotesis ketiga penelitian ini terbukti, itu artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari fasilitas (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hasil uji T yang telah dikemukakan diatas menunjukkan bahwa variabel harga dan variabel pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y), sedangkan variabel fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan(Y).

Uji F

Tabel 9
 Hasil Uji F

Variabel	F	Sig	Keterangan
Harga	6.105	0.001	Berpengaruh secara simultan
Pelayanan			
Fasilitas			

Sumber data: hasil pengolahan SPSS

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 6.105 dan nilai f_{tabel} adalah 2.80 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $6.105 > 2.80$, dan tingkat signifikan $0.001 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga, (X1) pelayanan (X2) dan fasilitas (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

PEMBAHASAN

Hasil pada penelitian ini terdapat variabel harga memiliki nilai $T_{hitung} (- 0.914) < T_{tabel} (2.012)$ dan nilai sig (0.365) $> (0.05)$, berarti nilai signifikan tersebut lebih besar dari taraf 5% yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, maka hipotesis pertama penelitian ini tidak terbukti, itu artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari Harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Menurut penelitian (Purnomo Edwin Setio 2017) menyatakan bahwa

berdasarkan nilai sig uji t yang sebesar 0,054 maka dapat dimengerti bahwa variabel harga tidak memiliki pengaruh parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil pada penelitian ini terdapat harga variabel pelayanan (X2) nilai T_{hitung} (1.619) < T_{tabel} (2.012), dan nilai sig (0.112) > (0.05) berarti nilai signifikan tersebut lebih besar dari taraf 5% yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, maka hipotesis kedua penelitian ini tidak terbukti, itu artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Menurut penelitian (ratih andalusi 2018) menyatakan bahwa pada uji T, nilai T_{hitung} (0.512) < T_{tabel} (1.988) dengan taraf signifikan 0.610 > 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Instrumentasi PT Laborindo Sarana.

Hasil pada penelitian ini terdapat variabel harga memiliki nilai T_{hitung} (3.429) < T_{tabel} (2.012) dan nilai sig (0.001) < (0.05), berarti nilai signifikan tersebut lebih kecil dari taraf 5% yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, maka hipotesis ketiga penelitian ini terbukti, itu artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari fasilitas (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Alfamart di toko Sat Villa Taman Bunga Batam, hasil ini diperoleh karena pelanggan merasa nyaman dengan fasilitas perusahaan yang dapat membantu untuk memudahkan dalam bertransaksi sehingga menimbulkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 6.105 dan nilai f_{tabel} adalah 2.80 sehingga nilai F_{hitung} > F_{tabel} atau 6.105 > 2.80, dan tingkat signifikan 0.001 < 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga, (X1) pelayanan (X2) dan fasilitas (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan analisa penelitian dapat disimpulkan bahwa dengan adanya fasilitas yang terukur membantu pelanggan, dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada alfamart di toko Sat villa Taman Bunga Batam, hal ini dibuktikan dengan nilai T_{hitung} (-0.914) < T_{tabel} (2.012), dan nilai signifikannya (0.365) > dari sig (0.05).
2. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Alfamart di toko Sat villa Taman Bunga Batam, Hal ini dibuktikan T_{hitung} (1.619) < T_{tabel} (2.012), dan nilai signifikannya sebesar (0.112) > sig (0.05).
3. Fasilitas pengaruh secara signifikan (searah) terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dengan T_{hitung} (3.429) > T_{tabel} (2.012), dan nilai signifikannya sebesar (0.001) < Sig (0.05).
4. Harga, kualitas pelayanan, fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai F_{hitung} > F_{tabel} atau 6.105 > 2.80, dan tingkat signifikan 0.001 < 0.05, serta secara simultan berpegaruh sebesar 28.5% sedangkan sisanya 71.5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti oleh penulis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada pimpinan dan seluruh jajaran manajemen Alfamart dan semua responden pelanggan Alfamart yang telah mengizinkan serta bersedia memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan memperoleh informasi berupa data penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Ayu marini. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian jasa transportasi Online grab. Jurnal Manajemen Bisnis*, 33(1),

1–14.

- Gale 2013. (2019). *Passion Berwirausaha pada Pengusaha Muda. Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(1), 13.
- Kevinlance, Philip Kotler dan. (2017). *Strategi Pengembangan Usaha Untuk Mengatasi Persaingan (Studi Kasus PT. Kimia Farma Jakarta)*. Cakrawala, XVII(1), 81– 87.
- Lestari, N. E. P. (2020). *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Waroeng Steak and Shake Cabang Margonda. Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 18(2), 107–115.
- Margareta Dan Edwin . (2012) *analisa pengaruh food quality dan brand image terhadap keputusan pembelian roti kecil toko roti Ganep's. manajemen pemasaran*, 1, 1.
- Nasution. (2019). *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman Barang Jne Di Kota Palu. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 5(2), 160–170.
- Nirwana. (2020). *Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap di Homestay Desa*. 25(1), 26–39.
- Ratih Andalusi (2012) *pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan*
ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis/article/download/91/88
- Sugiyono. (2017). *Pengaruh Profitabilitas dan Non-Debt Tax Shield Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif dan Komponen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Selama Periode Tahun 2011-2015. "Metode Penelitian Pada dasarnya Merupakan Cara Ilmiah Untuk Mendapatkan Data dengan Tujuan dan Kegunaan Tertentu."* dalam, 1(2), 47–71.
- Wilson. (2014). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Manajemen Hubungan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.