

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO BANDUNG BOOK CENTRE

Dessy Katana,

Manajemen Bisnis, Politeknik Piksi Ganesha Bandung, Indonesia.

E-mail: dkatana@piksi.ac.id

Prihartono

Manajemen Bisnis, Politeknik Piksi Ganesha Bandung, Indonesia.

E-mail: prihartono@piksi.ac.id

Articel Info

Article History :

Received 24 February - 2022

Accepted 24 March - 2022

Available Online 30 March - 2022

Abstract

This study aimed to analyze the price and quality of service, how far the relationship with consumer satisfaction Bookstore Bandung Book Center. This study uses the associative method with a quantitative approach. Obtaining data from respondents through questionnaire answers. The data collection technique in this study was a questionnaire, namely through direct distribution with consumers at the Bandung Book Center Store. The population in the study amounted to 100 consumers. The sample taken is 50 consumers with random sampling. Data analysis using multiple linear regression. The results of this study indicate that Price (X1) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) and Service Quality (X2) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y). Other results, that together price and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. Companies must be able to ensure that they provide prices and quality services that match the wishes of consumers so that the company can survive and grow rapidly.

Keywords :

*Price, Service Quality,
Customer Satisfaction..*

1. PENDAHULUAN

Toko buku merupakan tempat terjadinya transaksi jual-beli suatu produk, produk tersebut merupakan bermacam-macam buku, sedangkan di zaman sekarang toko buku tidak hanya menjual produk buku saja melainkan ada Al-Qur'an, alat tulis kantor, dan perlengkapannya sekolah lainnya, di sebagian toko buku juga terdapat kebebasan konsumen untuk membaca buku, dengan catatan buku yang sudah terbuka segelnya atau bisa di bilang buku contoh, sehingga jika konsumen tertarik dengan ceritanya maka konsumen akan membeli buku tersebut.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi maka toko buku juga mengikuti

perkembangan tersebut dengan membuat website atau membuat toko book online di beberapa e commerce tertentu, sehingga dengan toko buku mengikuti perkembangan teknologi dapat mempermudah konsumen mendapatkan produk yang dibutuhkan tanpa harus keluar rumah.

Buku merupakan kumpulan kertas yang terdiri dari beberapa halaman yang berisi sebuah tulisan, gambar, maupun tabel yang memuat sebuah informasi penting ataupun berbentuk sebuah cerita fiksi dan non fiksi, dalam buku cerita anak pun terdapat berbagai cerita contohnya cerita fabel yaitu buku cerita tentang binatang.

Toko Bandung Book Centre merupakan sebuah toko dan distributor buku yang sudah

lama berada di Kota Bandung Jawa Barat. Bandung Book Centre mulai didirikan tahun 1970 oleh Bapak Maizirwan Umar. Di Toko Bandung Book Centre terdapat banyak macam buku dan alat tulis, mulai dari buku cerita anak, buku menggambar, buku belajar membaca anak, buku novel, buku agama, al qur'an sampai dengan kamus-kamus dan buku untuk perguruan tinggi, selain toko buku yang cukup komplit Toko Buku Bandung Book Centre juga terkenal sebagai toko buku yang relatif murah karena setiap hari ada diskon mulai dari 15 % - 35%.

Di Toko Buku Bandung Book Centre kita bisa mencari judul buku dengan menggunakan sistem data komputer sehingga memudahkan bagi kita sebagai konsumen untuk mencari buku. Di toko Bandung Book Centre juga setiap pembelian buku diatas harga Rp 20.000,00 kita akan mendapatkan penyampulan buku secara gratis. Tidak hanya memfasilitasi sampul buku gratis Toko Buku Bandung Book Centre juga menyediakan toko online di berbagai media e-commerce sehingga memudahkan konsumen untuk membeli buku tanpa harus datang ke toko.

Dalam masa perdagangan bebas tiap industri mengalami persaingan yang ketat. Meningkatnya keseriusan persaingan serta jumlah pesaing menuntut industri buat senantiasa mencermati kebutuhan serta kemauan konsumen dan berupaya penuhi harapan konsumen dengan metode membagikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya industri yang bermutu yang bisa bersaing serta memahami pasar.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Harga

Harga merupakan salah satu faktor dari penentu keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Harga buku di Toko Bandung Book Centre sebagian terbilang murah dibandingkan dengan toko buku lainnya, sedangkan untuk harga alat tulis terbilang cukup mahal jika dibandingkan dengan toko alat tulis lainnya, sehingga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Konsumen akan memilih toko dengan harga produk yang lebih murah dan yang memenuhi harapan konsumen. Harga yang ditetapkan oleh

Toko Bandung Book Centre akan mempengaruhi pendapatan yang mengakibatkan peningkatan dalam permintaan suatu produk.

Indikator Harga

Menurut Kotler dan Armstrong terjemahan Sabran (2012:278), ada empat indikator yang harga yaitu:

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen maka pelayanan tersebut dapat dikatakan berkualitas, sedangkan sebaliknya jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka kualitas pelayanannya wajib ditenahi, sehingga jika sudah ditenahi tidak akan ada lagi konsumen yang merasakan kecewa yang ada malah sebaliknya yaitu akan terciptanya kepuasan konsumen terhadap suatu pelayanan tersebut.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Harfika dan Abdullah, 2017, p. 48), berikut terdapat lima indikator kualitas pelayanan, yaitu :

- a. Reliability (Keandalan)
- b. Responsiveness (Daya Tanggap)
- c. Assurance (Jaminan)
- d. Empathy (Perhatian)
- e. Tangibility (Bukti Fisik)

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat wajib difahami oleh sebuah perusahaan, karena dengan terciptanya kepuasan konsumen perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang sangat meningkat, factor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga yang ditawarkan oleh Toko Buku Bandung Book Centre dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan tersebut.

Indikator Kepuasan Konsumen

Berikut terdapat tiga indikator Kepuasan Konsumen yaitu:

- a. Harga
- b. Kualitas Pelayanan
- c. Faktor Emosional

3. METODE PENELITIAN

Desain penelitian menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut sugiyono (2017), asosiatif adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variable atau lebih. Dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol satu gejala.

Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Toko Buku Bandung Book Centre. Pendekatan regresi linier berganda dipilih peneliti untuk menguji hipotesis dengan tujuan mengukur pengaruh antar variabel. Dengan sampel sebanyak 50 konsumen. Populasi menurut Sugiyono (2018:130) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Toko Buku Bandung Book Centre yang berjumlah 100 konsumen. Pengambilan sampel Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2010:81). Cara pengambilan sampel dengan sampling insidental dimana semua konsumen yang datang ke Toko Bandung Book Centre dalam kurun waktu dua minggu dan melakukan pembelian produk yang ditawarkan oleh Toko Bandung Book Centre sebelumnya adalah sampel penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah konsomen Toko Bandung Book Centre yang dalam penelitian ini diambil sebanyak 50 orang saja.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil penelitian bahwa harga mampu meningkatkan kepuasan konsumen pada Toko Bandung Book Centre. Artinya bila harga semakin baik, maka kepuasan konsumen pada Toko Bandung Book Centre mengalami kenaikan. Hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban responden dari setiap item pernyataan kuesioner yang mempunyai nilai rata-rata tinggi, artinya

rata-rata responden menjawab setuju terhadap seluruh item pernyataan dari variabel Harga (X1) yang ada.

Hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, ternyata terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel harga terhadap kepuasan konsumen pelanggan pada Toko Bandung Book Centre. Harga tersebut sangat penting diperhatikan karena berpengaruh terhadap kepuasan konsumen disaat melakukan pembelian dan pembayaran di Toko Bandung Book Centre. Karena melalui uji hipotesis yang telah di lakukan, diketahui bahwa Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian bahwa Kualitas Pelayanan (X2) mampu meningkatkan kepuasan konsumen pada Toko Bandung Book Centre. Artinya bila kualitas pelayanan pegawai semakin baik, nyaman dan sesuai dengan keinginan konsumen, maka kepuasan konsumen pada Toko Bandung Book Centre mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban responden dari setiap item pernyataan kuesioner yang mempunyai nilai rata-rata tinggi, artinya rata-rata responden menjawab setuju terhadap seluruh item pernyataan dari variabel Kualitas Pelayanan (X2) yang ada.

Hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Toko Bandung Book Centre. Kualitas Pelayanan tersebut sangat penting diperhatikan karena berpengaruh terhadap kepuasan konsumen disaat konsumen melakukan pembelian di Toko Bandung Book Centre. Karena melalui uji hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian bahwa Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) mampu meningkatkan Kepuasan Konsumen(Y) pada Toko Bandung Book Centre. Artinya apabila Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) semakin baik, maka kepuasan pelanggan pada Toko

Bandung Book Centre meningkat secara signifikan.

Melalui hasil uji F yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen(Y).

Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) yang diberikan perusahaan dan Kepuasan Konsumen (Y) berhubungan sangat erat dengan keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan karena dengan harga dan kualitas pelayanan yang memenuhi keinginan konsumen.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bandung Book Centre, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bandung Book Centre dapat diterima.
- b. Harga, secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bandung Book Centre, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bandung Book Centre dapat diterima.
- c. Kualitas pelayanan, secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bandung Book Centre, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bandung Book Centre dapat diterima.
- d. Kepuasan Konsumen meliputi harga dan kualitas pelayanan yang diterima konsumen harus signifikan dan harus seperti yang diharapkan konsumen maka terciptalah kepuasan konsumen.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Achmad Zainal (2017) Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan Ketepatan pengiriman terhadap kepuasan Konsumen pada PT.
- Armahadyani. (2018). PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KEDAI MAKAN PA'MUR KARAWANG Oleh. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 3(2). <https://doi.org/10.36805/manajemen.v3i2.253>
- Chando Martua (2018) Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan jasa pengiriman AB Cargo.
- Gofur, Abdul (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Pontoh, M., Kawet L dan Tumbuan A.T. (2014) 2014. Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, ISSN 2303-1174. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5502>. Diakses tanggal 8 Oktober 2015. Hal. 285-297.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, (2015), *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Yoeti, Oka A., (2001), *Strategi Pemasaran Jasa*, Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.