

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Nunuk Indarti^{1*}, Brian Batini Reformasi², Nurussobakh³

Pendidikan Ekonomi, Fakultas Pedagogi dan Psikologi, Universitas PGRI Wiranegara Pasuruan

¹Email: sugengpradikto@gmail.com, ²brianbatini123@gmail.com, ³nurussobakh2020@gmail.com

Email Corresponding Author: sugengpradikto@gmail.com

Abstrak- Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan harga terhadap kepuasan konsumen rumah bolen kota pasuruan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Kepuasan Konsumen (Y) merupakan variabel terikat, sedangkan pengaruh kualitas pelayanan (X1), promosi (X2), dan harga (Y), merupakan variabel bebas. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli/konsumen yang melakukan pembelian di Rumah Bolen Kota Pasuruan, selama jangka waktu 3 bulan sejak bulan Maret 2022 Hingga Mei 2022 yang jumlahnya 2.774 Konsumen. Berdasarkan rumus Slovin Sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 orang. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisa regresi linear berganda. Dari hasil uji t dalam *Unstandardized Coefficients* yaitu menunjukkan nilai variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0.487 atau 48,7%, variabel Promosi 0.346 atau 34,6% (X2) dan variabel Harga (X3) 0.215 atau 21,5%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel yang dominan terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah kualitas pelayanan (X1) sebesar 48,7%. Pada uji F terlihat bahwa kualitas pelayanan, promosi, dan harga berpengaruh signifikan secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen sebesar F_{hitung} 354,258 lebih besar dari F_{tabel} 2,52 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Pada analisis koefisien determinasi (R Square) terlihat bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan harga terhadap kepuasan konsumen rumah bolen kota pasuruan adalah 91,8%. Sedangkan selebihnya yaitu sebesar 8,2% dapat dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga Dan, Kepuasan Konsumen

Abstrack- This study aims to determine the analysis of the effect of service quality, promotion, and price on consumer satisfaction at Rumah Bolen in Pasuruan. The research method used is a quantitative research method with a descriptive type of research. Consumer Satisfaction (Y) is the dependent variable, while the influence of service quality (X1), promotion (X2), and price (Y), are independent variables. The population in this study are buyers/consumers who make purchases at Rumah Bolen, Pasuruan City, for a period of 3 months from March 2022 to May 2022, totaling 2,774 consumers. Based on the Slovin formula, the sample in this study was 97 people. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. From the results of the t-test in *Unstandardized Coefficients*, which shows the value of the service quality variable (X1) is 0.487 or 48.7%, the Promotion variable is 0.346 or 34.6% (X2) and the Price variable (X3) is 0.215 or 21.5%. It can be concluded that the dominant variable on customer satisfaction (Y) is service quality (X1) of 48.7%. In the F test, it can be seen that the quality of service, promotion, and price simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction by F_{count} 354.258, which is greater than F_{table} 2.52 with a significance level of $0.000 < 0.05$. In the analysis of the coefficient of determination (R Square) it can be seen that the magnitude of the influence of service quality, promotion, and price on consumer satisfaction at the Pasuruan City Bolen House is 91.8%. While the rest of 8.2% can be influenced or explained by other variables that are not included in this research model.

Keywords: Quality Of Service, Promotion, Price And Customer satisfaction

1. PENDAHULUAN

Kue bolen sebenarnya merupakan kue khas yang berasal dari kota bandung dimana kue bolen umumnya terbuat dari potongan pisang yang dibungkus dengan lapisan adonan tepung terigu. Biasanya pisang bolen ini divariasikan dengan tambahan isian potongan keju ataupun cokelat. Belakangan varian bolen ini bertambah dengan mengganti bahan pisang dengan menggunakan tape yang dikombinasikan dengan potongan keju ataupun coklat. Rumah bolen selalu menomor satukan pelanggan dalam setiap kualitas penjualan. Karena pelanggan merupakan aspek yang sangat penting, maka dari pada itu dibutuhkan upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan beberapa aspek pendukung seperti harga, promosi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Warga kota pasuruan sendiri tidak asing lagi dengan rumah bolen di karenakan rumah bolen merupakan toko kue yang cukup terkenal di kota pasuruan rumah bolen berhasil memasarkan produk kue bolen asli reswp keluarga meskipun kue bolen ini bukan kua khas kota pasuruan sendiri. Rumah bolen dalam mengembangkan bisnisnya tentu memiliki kualitas produk yang sangat bagus dan terjaga, sehingga mampu menjadi rumah produksi dibidang makanan ringan yang berkembang, serta strtegi, dan kualitas pelayanan yang baik menjadi salah satu keunggulan rumah bolen yang menjadi prinsip bisnis utama dari rumah bolen.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang kita ketahui. Untuk menggambarkan ada tidaknya Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Rumah Bolen Kota Pasuruan).

2.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Wiranegara Pasuruan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Snowball Sampling, menurut Sugiyono (2014). Teknik ini, jumlah subjek atau informan akan terus bertambah sesuai kebutuhan dan terpenuhinya informasi sampai data tersebut bisa dikatakan data jenuh. Objek dalam penelitian ini adalah pemahaman literasi ekonomi, selfcontrol dan perilaku konsumtif mahasiswa.

2.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati". Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian, dalam penelitian ini terdiri atas dua variabel bebas (Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga) dan Variabel terkait (Omset Penjualan Pengusaha Kuliner). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner

2.4 Data dan Sumber Data

Penelitian ini terdiri atas dua variabel bebas (Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga) dan Variabel terkait (Omset Penjualan Pengusaha Kuliner). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner

2.5 Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif ini, peneliti menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, Statistika untuk Penelitian, 2019) diantaranya:

Reduksi Data (*Data Reduction*) Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dalam mereduksi data, setiap peneliti dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kuantitatif adalah pada temuan.

2.6 Teknik Keabsahan Data

1. Triangulasi

Menurut (Sugiyono, 2007) triangulasi adalah pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Beberapa macam triangulasi data menurut (Sugiyono, 2007) yaitu: triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu.

2. Bahan Referensi

Pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Dalam laporan penelitian, sebaiknya data-data yang dikemukakan perlu dilengkapi dengan foto-foto atau dokumen autentik, sehingga menjadi lebih dapat dipercaya.

3. Membercheck

Tujuan membercheck adalah agar informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan dalam penelitian.

4. Pengecekan Teman Sejawat.

Pengecekan teman sejawat yang dimaksudkan adalah mendiskusikan proses dan hasil penelitian dengan dosen pembimbing atau teman mahasiswa yang sedang atau mengadakan penelitian kuantitatif

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan ini menyangkut analisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen Analisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen studi kasus rumah boleh kota pasuruan Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan Terdapat 3 variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu; Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan harga. Ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah bolen kota Pasuruan. Secara simultan variabel kualitas pelayanan (X1), Promosi (X2),

Dan Harga (X3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Konsumen (Y), Hal ini menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($354,258 > 2,52$) dengan tingkat signifikan sebesar $0.000 < 0,05$.

Variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen rumah bolen di kota Pasuruan dengan nilai koefisien sebesar 0,487 dengan menggunakan Uji linier Regresi Berganda oleh satu desa informan, mahasiswa bisa memanfaatkan dengan membaca situasi dan kondisi dengan menerapkan literasi ekonomi lebih dalam seperti membuka peluang usaha. Hal tersebut sejalan yang dikemukakan (Hartono, 2008) dalam bukunya menjelaskan bahwa dimana literasi ekonomi merupakan sebuah kemampuan untuk mengidentifikasi masalah-masalah ekonomi, penyusunan alternatif dengan mempertimbangkan benefit dan cost. Dalam menerapkan prinsip ekonomi dengan berbelanja barang sebanyak-banyaknya dengan mengeluarkan biaya sekecil-kecilnya yang dapat memberikan keuntungan dengan meminimalisir kerugian dengan membuat skala prioritas barang apa saja yang sedang digandrungi dan dibutuhkan oleh konsumen dengan mengeluarkan uang dengan hemat.

Perilaku konsumtif disebabkan oleh adanya racun-racun shopee yang menyediakan berbagai macam produk yang murah sehingga menyebabkan minat mahasiswa yang mengikuti grup tersebut tertarik minatnya untuk membeli dan tanpa disadari kegiatan tersebut terjadinya pemborosan. Awalnya proses yang tanpa sadari pada saat kita memikirkan kebutuhan apa saja yang hendak dipenuhi dengan melihat harga barang yang murah dengan kualitas yang tinggi, dari kegiatan tersebut tanpa disadari kegiatan pemborosan juga dilakukan karena hal produk yang dilihat terlalu banyak dan menarik meskipun bukan barang yang dibutuhkan. Hal tersebut juga sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh (Aprilia, 2013) dimana perilaku individu yang dipengaruhi oleh faktor sosiologis di dalam kehidupannya yang dapat ditunjukkan untuk mengonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang diperlukan”.

Dari hasil penelitian ini tentang perilaku konsumtif sejalan dengan hasil penelitian relevan menurut (Dewi Kumalasari dan Yohanes Hadi Soesilo, 2019) dimana perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh gaya hidup lingkungan sekitar dan tingkat literasi ekonomi yang tidak terkontrol dan terhitung tidak rasional karena memandang lebih mengenai kesenangan mereka tersendiri seperti hanya ingin tampil trendy didepan banyak orang tanpa memikirkan pola konsumsi yang terarah. Hal ini sejalan dengan teori oleh (Kotler, 2012) bagaimana individu, kelompok dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan dan menemaptkan suatu ide, barang atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang berjudul “analisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen studi kasus rumah boleh kota pasuruan” adalah: Terdapat 3 variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu; Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan harga. Ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah bolen kota Pasuruan Secara simultan variabel kualitas pelayanan (X1), Promosi (X2), Dan Harga (X3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Konsumen (Y), Hal ini menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($354,258 > 2,52$) dengan tingkat signifikan sebesar $0.000 < 0,05$. Variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen rumah bolen di kota Pasuruan dengan nilai koefisien sebesar 0,487 dengan menggunakan Uji linier Regresi Berganda.

REFERENCES

- Asri, Marwan. 2009. *Marketing*. Edisi Ketiga. Penerbit UPP-AMP YKPN, Yogyakarta.
- Basu, Swasta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Basu Swastha dan Irawan, (2000), *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2, Yogyakarta: Liberty.
- Chandra, Gregorius, dkk. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi.
- Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta : Gava Media.
- Ibrahim, Amin. 2008. *Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya*. Bandung : Mandar Maju.
- Kartajaya, Hermawan. (2006). *Hermawan Kartajaya On Marketing Mix Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT Mizan.
- Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta: Erlangga.



Nasution, M. N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*, Edisi Kedua, Ghalia Indonesia, Bogor.