

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Members Game Center Skyland Kota Semarang)**

Ariadi Yudha Nugroho, Rizal Hari Magnadi¹
Email : ariadiyudhan@gmail.com

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro
Jl.Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50275, Phone: +622476486851

ABSTRACT

Game center is one of the business opportunities in the service sector with a growing potential market, so that business people take advantage of the opportunity to create a game center. This research was conducted to analyze the effect of Product Quality, Service Quality, and Price Perceptions on Customer Loyalty with a survey on Members Of Skyland Game Center.

Data collection technique conducted in this study is a questionnaire. The sample was chosen by non probability sampling technique. Respondents in this research are Members of Skyland game center with a total of 95 respondents with the criteria of at least 3 times using the service. The technique used to analyze the influence of independent variables and dependent variable of this research is linear regression analysis.

Result of research prove that hypothesis one Product Quality have positive effect to Customer Loyalty accepted. The second hypothesis of Service of Quality has a positive effect on Customer Loyalty accepted. The third hypothesis of price persepsion has a negative effect on Customer Loyalty was reject. Coefficient of determination test results stated that the three independent variables have an influence of 44.9% of Customer Loyalty. Skyland Game Center is expected to make the price more relevant and more affordable by knowing consumer preferences that can make consumer loyalty increase.

Keywords: Service, product quality, service quality, price perception, customer loyalty.

PENDAHULUAN

Salah satu bisnis *game center* adalah Skyland Durian Semarang yang sudah memiliki 5 cabang di berbagai kota dan mempunyai fasilitas yang sangat mumpuni. Dan telah berdiri sejak tahun 2012 di Kota Semarang yang dimana *game center* Skyland sudah menjadi pionir tersendiri dalam bisnis *game center* di Kota Semarang.

Pengembangan bisnis sebisa mungkin diimbangi dengan pembentukan kualitas produk dan pelayanan yang bagus di mata konsumen. Kualitas produk dan pelayanan ini nantinya dapat mendorong loyalitas konsumen terlepas dari harga yang dibayarkan lebih mahal atau mungkin kurang memenuhi keinginan konsumen. *Game Center Skyland* sendiri harus berupaya untuk memenuhi atau meningkatkan target konsumen yang ditentukan dan juga harus memperhatikan segala aspek karena pesaing dari pasar yang sama akan menjadikan suatu ancaman dari mengejar target konsumen. Persaingan yang cukup ketat akan menjadikan sebuah kendala untuk menjadikan tercapainya target dari suatu usaha itu.

Tabel 1

Data Jumlah Pelanggan *Game Center* di Skyland Durian Semarang

Per 6 Bulan (2017)	Jumlah Pelanggan	Pelanggan Tetap
Januari – Juni	12271	9421
Juli-Desember	12215	9392
Per 6 Bulan (2016)	Jumlah Pelanggan	Pelanggan Tetap
Januari – Juni	12269	9501
Juli-Desember	12454	9794
Per 6 Bulan (2015)	Jumlah Pelanggan	Pelanggan Tetap
Januari - Juni	11758	9289
Juli-Desember	11909	9435

Sumber : Skyland Durian Semarang tahun 2015-2017.

Berdasarkan Tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa adanya peningkatan yang cukup besar dan penurunan dari pelanggan *game center* Skyland Durian Semarang. Pelanggan *game center* Skyland pada tahun 2015 sampai 2016 mengalami peningkatan yang sangat besar. Namun tahun 2017 Skyland mengalami penurunan pelanggan yang cukup besar.

Penelitian ini di kuatkan dengan adanya hasil dari studi wawancara pendahuluan yang dilakukan, hasilnya sebagai berikut :

Tabel 2

Keluhan Pelanggan *Game Center*

Keluhan Kualitas Produk (Jasa)	Keluhan Kualitas Pelayanan
Bau di dalam kamar mandi.	Pegawai bermain sendiri dan tidak sigapnya pegawai.
Kurangnya pencahayaan.	Lambat membersihkan makanan sisa di peralatan.
Tempat duduk yang sudah mulai rusak.	Pegawai Kurang ramah.
Komputer yang kendor kabelnya.	Terkadang tidak mempunyai uang kembalian.

Sumber: Hasil wawancara studi pendahuluan, 2018

Berdasarkan studi pendahuluan awal yang telah dilaksanakan, maka telah disimpulkan bahwa ada tiga faktor penentu terjadinya loyalitas pelanggan, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan Persepsi Harga. Dari latar belakang dan masalah yang ada diatas, penelitian ini akan menggunakan elemen kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga. Oleh sebab itu penelitian ini diberi judul : “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Members *Game Center* Skyland Kota Semarang)”. Berdasarkan paparan diatas maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti sebagai

berikut (1) Bagaimana pengaruh faktor kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Game Center Skyland Durian Semarang? (2) Bagaimana pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Game Center Skyland Durian Semarang? (3) Bagaimana pengaruh faktor harga terhadap loyalitas pelanggan di Game Center Skyland Durian Semarang? Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk : (1) Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan game center Skyland. (2) Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan game center Skyland. (3) Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan game center Skyland.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Meningkatkan kualitas produk merupakan cara perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dengan melalui produk yang dinilai sudah terbukti baik dengan melihat riwayat dari produk tersebut yang tersebar di masyarakat yaitu kemampuan dan kesanggupan untuk membantu konsumen dan menyediakan produk sesuai ketentuan, walaupun mereka berganti label produk tetapi konsumen tetap memilih produk tersebut karena memiliki hubungan yang kuat dengan produk tersebut (Pardede, 2015). Minar (2017) yang mengemukakan adanya faktor-faktor yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kualitas produknya agar konsumen percaya dengan produk tersebut yang nantinya konsumen loyal dengan sendirinya.

H1 : Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Penelitian yang dilakukan oleh Minh (2016) menjelaskan tentang apa saja yang perlu diperhatikan didalam kualitas pelayanan demi mendatangkan pelanggan loyal yaitu dengan kualitas pelayanan yang baik dengan keandalan atau kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu yang menjadikan tolak ukur dan yang terjadi adalah terciptanya loyalitas pelanggan. Hadiyati (2010) mengemukakan hasil yang berbeda dengan Minh tentang cara menjadikan loyalitas pelanggan dengan kualitas pelayanan yaitu dengan faktor-faktor kualitas pelayanan yaitu : bukti langsung (tangibles), kehandalan (reliability), tanggapan (responsiveness), jaminan (assurance) dan perhatian (emphaty) yang hasilnya positif juga maka ke 5 faktor tersebut harus diperhatikan dalam kebijakan perusahaan untuk memperoleh loyalitas pelanggan lebih banyak lagi.

H2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan

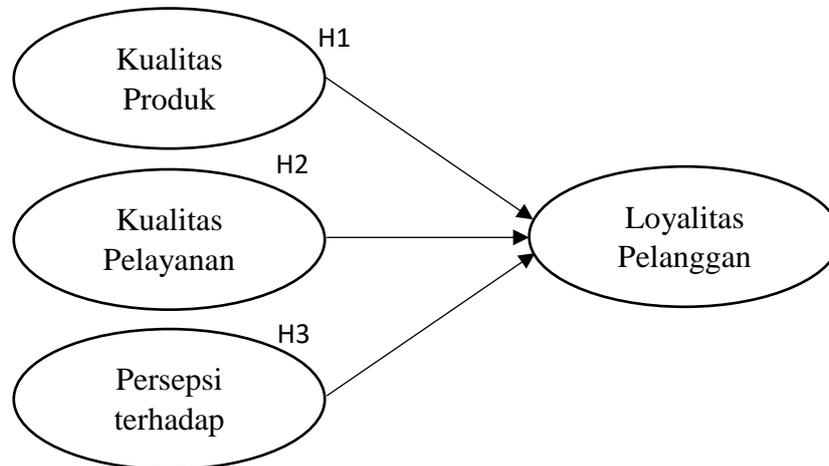
Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Penelitian tentang persepsi harga yang dapat menjadikan loyalitas pelanggan mempunyai banyak perbedaan antara peneliti satu dan lainnya. Handayani (2015) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa semakin rendah/murah persepsi harga yang diberikan akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan, demikian pula sebaliknya semakin tinggi atau mahal persepsi harga yang diberikan akan mengurangi loyalitas pelanggan. Tomida (2016) mengemukakan untuk menjadikan loyalitas pelanggan perusahaan harus memperhatikan kebijakan-kebijakan harga yang selalu akan di terapkan untuk memperhatikan dampak pada loyalitas pelanggan itu sendiri. Sedangkan Pongoh (2013) didalam penelitiannya adanya pesaing yang kuat membuat persepsi harga yang dilihat konsumen untuk loyal akan berkurang dan akan berpindah mencari yang lebih murah.

H3 : Pemasaran Pribadi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Teoritis
Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap
Loyalitas Pelanggan.



Sumber : Pardede (2015), Minar (2017), Minh (2016) , Hadiyati (2010), Handayani (2015), Tomida (2016) , dikembangkan untuk penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan variabel independen dan dependen. Variabel independen yang digunakan adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga dan variabel dependen yang digunakan adalah loyalitas pelanggan.

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 95 responden. Untuk menentukan jumlah sampel yang di perlukan, maka dapat digunakan rumus Slovin (dikutip oleh Umar, 2003) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan (rumus slovin):

- n = jumlah sampel
- N = jumlah total populasi
- e = toleransi error
- 1 = bilangan konstanta

Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah populasi yang berdasarkan jumlah pelanggan keseluruhan di Skyland Durian Semarang pada bulan desember 2017 yaitu 1560 tanpa ada kesamaan orang dan batas toleransi kesalahan yang ditetapkan adalah 10%. Berikut adalah perhitungan sampel :

- N = 1560 (pengambilan bulan Desember 2017) Populasi 1560 merupakan jumlah pelanggan *members* di Skyland Durian Semarang perbulan
- e = ditetapkan 0,1
- 1 = bilangan konstanta

Dapat diketahui besarnya sampel sebagai berikut :

$$\begin{aligned}n &= \frac{1560}{1 + (1560) \cdot (0.1)^2} \\ &= \frac{1560}{1 + 15,60} \\ &= \frac{1560}{16,60} \\ &= 93,975 \text{ (dibulatkan 95)}\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan sampel, maka dapat diketahui bahwa banyaknya responden yang akan diteliti pada pengambilan sampel secara *purposive sampling* dari populasi jumlah pelanggan *members* di Skyland Durian Semarang sebanyak 95 sampel (orang).

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang disebar melalui pertanyaan tertutup dengan skala likert 1-5 dan pertanyaan terbuka kepada responden yang mempunyai *members* di jasa Skyland. Sedangkan, untuk data sekunder diperoleh melalui jurnal penelitian terdahulu, buku literatur, data asosiasi, pusat data statistik, dan situs online yang dimana semuanya berkaitan dengan penelitian.

Hasil proses penelitian dengan pernyataan kuesioner, datanya akan diseleksi dan disesuaikan dengan variabel dalam penelitian dilanjutkan dengan pengolahan data menggunakan sebuah program SPSS (*Statistical Program for Social Science*).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Jumlah responden yang dipakai dalam penelitian ini sejumlah 95 orang dalam penelitian ini sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki dengan persentase sebesar 71,6 %. Kemudian pada kategori usia, mayoritas responden berusia 17-25 tahun dengan persentase sebesar 90,6%. Untuk kategori penghasilan sebagian besar di dominasi oleh yang berpenghasilan Rp 1.000.000 – Rp 1.999.999 yaitu dengan persentase sebesar 44,2%. Sedangkan untuk kategori pekerjaan sebagian besar didominasi oleh mahasiswa dengan dengan persentase sebesar 67,3%.

Analisis Hasil

Hasil Analisis Regresi Berganda

No.	Model	t hitung	t tabel	Sig.	Interpretasi
1.	Kualitas Produk	2,998	1,986	0,004	H1 diterima
2.	Kualitas Pelayanan	2,873	1,986	0,005	H2 diterima
3.	Persepsi Terhadap Harga	1,441	1,986	0,153	H3 ditolak

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Persamaan regresi dalam bentuk *standardized coefficient*

$$Y = 0,310 X_1 + 0,320 X_2 + 0,152 X_3$$

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Pada variabel kualitas produk (X_1), nilai t hitung sebesar 2,998 yang menandakan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,986 dengan angka probabilitas signifikansi sebesar 0,004 yang bernilai lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel memiliki pengaruh secara individual terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Pada variabel kualitas pelayanan (X2), nilai t hitung sebesar 2,873 yang menandakan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,986 dengan angka probabilitas signifikansi sebesar 0,005 yang bernilai lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara individual terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Pada variabel persepsi terhadap harga (X3), nilai t hitung sebesar 1,441 yang menandakan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,986 dengan angka probabilitas signifikansi sebesar 0,153 yang bernilai lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi terhadap harga tidak memiliki pengaruh secara individual terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil Uji Statistik F

ANOVA^a

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 Regression	294,618	3	98,206	26,576	,000 ^b
Residual	336,266	91	3,695		
Total	630,884	94			

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Pengaruh Simultan

Hasil yang didapatkan nilai F hitung sebesar 26,576 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai F hitung pada penelitian ini lebih besar dari F tabel, yaitu 2,70. Dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen dalam penelitian ini, kualitas pelayanan, dan persepsi terhadap harga memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen, yaitu, loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan terhadap Game Center Skyland Durian Semarang. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, hasil dari analisis data, serta pembahasan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini, sebagai berikut : (1) Dua dari tiga hipotesis dalam penelitian diterima sedangkan satu ditolak yaitu yang diterima antara lain variabel independen kualitas produk dan kualitas pelayanan yang berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan variabel independen persepsi terhadap harga tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh sebesar 44,9% terhadap variabel dependen. (2) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien beta 0,320.

REFERENSI

- Hadiyati, Ernani. (2010). *Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang)*. Jurnal Manajemen Pemasaran Modern, Vol.2, No.2, hal. 81-90.
- Handayani, W. 2015. *Pengaruh Citra dan Persepsi Harga Dalam Mempengaruhi Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ekonomi. 1-27
- Minar, Demsi; SAFITRI, Anindia. *Brand Image and Product Quality on Customer Loyalty (Survey in Cekeran Midun)*. TRIKONOMIKA, [S.l.], v. 16, n. 1, p. 43-50, june 2017. ISSN 2355-7737.
- Minh ,Ngo Fu., Nguyen Huan H. (2016). *The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector*. Journal of Competitiveness.
- Pardede, F. P. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Merek Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok*. Jurnal Manajerial. Vol. 9. No. 1.
- Pongoh, M. E. 2013. *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS* . Jurnal EMBA Vol.1. No.4.
- Tomida, Merinda. 2016. *Pengaruh Harga dan Citra Merk terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Footwear Yongki Komaladi*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.5 No.7 Juli 2016