

DAMPAK KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SUPERMARKET DIAMOND PALEMBANG

Shintya Elly David¹, Ratna Juwita²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Multi Data Palembang
¹shintya@mhs.mdp.ac.id, ²ratna@mdp.ac.id

Kata kunci:

harga; kepuasan pelanggan; kualitas produk; kualitas pelayanan;

Abstract: This study was done to see the impact of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Diamond Palembang Supermarket. The population used in this study are customers who shop at Diamond supermarket in Palembang. The sample is 221 samples. Collecting data using questionnaire. Product Quality, Service Quality and Price all contribute in part and at the same time to a significant positive impact on Customer Satisfaction of Diamond Palembang Supermarket.

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di supermarket Diamond Palembang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berbelanja di Supermarket Diamond Kota Palembang. Sampel berjumlah 221 sampel. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga, berpengaruh secara positif signifikan secara parsial dan simultan terhadap Kepuasan Pelanggan di supermarket Diamond Palembang.

Elly & Juwita. (2023). Dampak Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga terhadap Kepuasan Pelanggan supermarket Diamond Palembang. *MDP Student Conference 2023*

PENDAHULUAN

Ritel adalah kegiatan yang dimana pemilik usaha berperan penting dalam menentukan kebutuhan target pasar dan berbagai jenis usaha yang berhubungan dengan pemuasan kebutuhan pelanggan secara efektif dan efisien dari pesaing[10]. Fokus Target pasar yang dipilih oleh pemilik usaha adalah pada kelompok pelanggan yang kebutuhannya akan dipenuhi, serta pemilihan model bisnis ritel didasarkan pada efektivitas dan efisiensi yang ditentukan dalam melayani kebutuhan target pasar.

Model dari bisnis ritel yang sudah banyak tersebar di tanah air adalah Supermarket. Di kota besar hampir pada titik jalan memiliki Supermarket yang terdapat penawaran dari berbagai jenis produk. Negosiasi harga tidak dilakukan lagi di Supermarket, budget belanjaan pelanggan juga diatur sendiri, dan tersedia promo, bonus dan kenyamanan saat berbelanja[14].

Kepuasan pelanggan Supermarket Diamond Kota Palembang menurut ulasan di Google dengan total 674 ulasan dengan nilai ulasan 4.7 dari total 5 bintang. Kepuasan pelanggan merupakan kondisi dimana terjadinya pembelian ulang oleh pelanggan dan kesetiaan pelanggan dikarenakan terpenuhinya tingkatan kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan [1]. Adapun jumlah pelanggan yang berbelanja di Diamond pada tahun 2019 adalah berjumlah 189.444 transaksi, pada tahun 2020 adalah berjumlah 900.183 transaksi, pada tahun 2021 adalah berjumlah 904.664 transaksi dan pada tahun 2022 terhitung hingga bulan September adalah berjumlah 741.434 transaksi. Dimana data tersebut bersumber dari Supermarket Diamond, 2022.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berupa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga [1]. Kepuasan pelanggan yang sudah pernah berbelanja di supermarket Diamond merasa puas dengan fasilitas, pelayanan, serta kelengkapan produk yang disediakan oleh supermarket Diamond. Penelitian yang dilakukan oleh Nadia, dkk [5] dengan hasil kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Sendy's Swalayan Palangkaraya.

Kualitas produk di supermarket Diamond memiliki standar dimana produk kadaluarsa tidak boleh dipasarkan. Kualitas produk merupakan prasyarat agar produk yang digunakan berkualitas tinggi, sehingga pelanggan merasa puas [1]. Kualitas produk dapat diartikan sebagai suatu kondisi pelanggan puas ketika hasil evaluasi terhadap produk yang digunakannya.

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Transmart Carrefour Kota Makassar menurut penelitian yang dilakukan oleh Syamsiah [13].

Kualitas pelayanan Supermarket Diamond ditingkatkan dengan disediakan satpam untuk menjaga dan membantu pelanggan setelah berbelanja. Serta membantu memuat barang belanjaan ke alat transportasi pelanggan. Memberikan informasi lokasi produk dan informasi lainnya yang dibutuhkan oleh pelanggan juga menjadi tugas karyawan Supermarket Diamond. Hal ini mempengaruhi upaya peningkatan kualitas pelayanan dari Supermarket Diamond.

Kualitas pelayanan adalah kemampuan untuk memenuhi kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung dari keistimewaan dan karakteristik barang maupun jasa yang ditawarkan [2].

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Sakinah Supermarket menurut penelitian yang dilakukan oleh Nabila dan Bambang [3]. Pembuktian dengan hasil pengujian hipotesis yang menyajikan bukti dari tiga penelitian yang menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan karyawan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara tepat waktu dan ramah, dapat menghasilkan kepuasan pelanggan.

Penawaran di bawah harga yang ditawarkan oleh Supermarket Diamond adalah kampanye tebus murah yang memberikan potongan harga diskon untuk beberapa jenis produk yang dijual, sehingga kepuasan pelanggan tercapai dengan harga pembelian produk yang lebih murah yang dilakukan oleh pelanggan, maka akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Menggunakan member dengan pengumpulan poin setelah pembelian produk. Poin ini bisa digunakan pada saat Ulang Tahun Diamond untuk tebus murah.

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar untuk mendapatkan produk [15]. Harga (Price) adalah jumlah uang yang dibayarkan untuk jasa, atau jumlah nilai yang ditukar oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa [15]. Kualitas produk yang sama namun dengan harga produk yang lebih rendah cenderung menawarkan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Aprianti dan Neti Erlina [16], harga merupakan unsur penyebab biaya yang termasuk dalam bauran pemasaran. Dikarenakan harga produk atau jasa yang mahal biasanya memiliki nilai ekspektasi yang lebih tinggi di mata pelanggan. Hal ini menjadikan harga produk sebagai salah satu faktor yang membuat pelanggan membeli kembali produk yang sama.

Penelitian yang dilakukan oleh Marida dan Hardani [2] menunjukkan hasil persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dari latar belakang penelitian diperoleh rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana dampak kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan di supermarket Diamond Palembang secara parsial dan simultan, dan penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan di supermarket Diamond Palembang secara parsial dan simultan.

METODE

Metode yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, salah satu teknik yang digunakan di penelitian *non probability sampling* adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan memakai aspek-aspek yang sesuai kriteria dan diinginkan agar bisa menentukan jumlah sampel penelitian. Kategori penelitian ini adalah Pelanggan yang memiliki kartu

member diamond dan telah berbelanja minimal dua kali di supermarket Diamond. Penelitian ini memiliki 221 sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data yang sudah dilakukan terhadap variabel independen dan variabel dependen dapat dilihat dari tabel 1

Tabel 1. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	.423 ^a	.179	.168	1.06203
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualita Produk				

Sumber : Hasil Pengolahan Primer, 2022

Berdasarkan tabel 1 uji koefisien determinasi nilai Ajusted R square sebesar 0,168 atau 16,8% sehingga dinyatakan Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga sebesar 17,9%. Persamaan Regresi Linear Berganda hasil uji SPSS pada tabel 2.

Tabel 2. Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.417	1.275		4.249	.000
	Kualitas Produk	.163	.059	.239	2.752	.006
	Kualitas Pelayanan	.077	.032	.148	2.396	.017
	Harga	.131	.064	.177	2.035	.043
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber : Hasil Pengolahan Primer, 2023

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 5.417 + 0,163 \text{ Kualitas Produk} + 0,077 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,131 \text{ Harga}$$

Berdasarkan hasil uji Regresi Linear Berganda maka dapat dinyatakan apabila kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga 0 maka Kepuasan Pelanggan meningkat senilai 5,417. Koefisien Kualitas Produk senilai 0,163 yang berarti apabila Kualitas produk meningkat senilai 1 satuan maka Kualitas Produk meningkat senilai 16,3%. Koefisien Kualitas Pelayanan 0,077 yang berarti apabila Kualitas Pelayanan meningkat senilai 1 satuan maka Kepuasan Pelanggan meningkat senilai 7,7%. Nilai Koefisien Harga senilai 0,131 yang berarti apabila Harga meningkat sebesar 1 satuan maka Kepuasan pelanggan meningkat sebesar 13,1%.

Tabel 3. Hasil Pengujian Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.417	1.275		4.249	.000
	Kualitas Produk	.163	.059	.239	2.752	.006
	Kualitas Pelayanan	.077	.032	.148	2.396	.017
	Harga	.131	.064	.177	2.035	.043

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan Primer, 2023

Dari tabel 3 diperoleh hasil pengujian secara parsial sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan t hitung $2,752 > t$ tabel $1,970$, disimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Produk terhadap variabel Kepuasan Pelanggan secara parsial.
2. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikansi $0,006 < 0,05$ dan t hitung $2,396 > t$ tabel $1,970$, dapat disimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan secara parsial.
3. Variabel Harga memiliki signifikansi $0,043 < 0,05$ dan t tabel $2,035 > t$ tabel $1,970$, disimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel Emosional terhadap variabel Kepuasan Pelanggan secara parsial.

Tabel 4. Hasil Pengujian Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53.363	3	17.788	15.771	.000 ^b
	Residual	244.754	217	1.128		
	Total	298.118	220			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Hasil Pengolahan Primer, 2022

Hasil Uji F dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$ dengan nilai F hitung sebesar $15,771$, dapat dinyatakan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan pelanggan di supermarket Diamond Palembang.

Pembahasan:

Menurut Irawan dalam Candrianto [1] Pelanggan puas jika hasil dari evaluasi menunjukkan produk yang digunakan mereka berkualitas. Bersumber dari penelitian langsung ke lapangan, produk yang dijual di *supermarket* Diamond dari sayuran, buah-buahan, seafood, daging, sembako, kosmetik kualitasnya terjamin.

Menurut Irawan dalam Candrianto [1] Kualitas pelayanan dari bidang jasa akan membuat pelanggan merasakan kepuasan apabila pelayanan yang didapatkan sesuai dengan yang diharapkan. Berdasarkan penelitian langsung ke lapangan, pelanggan *supermarket* Diamond senang dan nyaman belanja karena kualitas pelayanansupermarket Diamond seperti karyawan mampu menjelaskan pertanyaan pembeli,

karyawan mampu memberikan solusi menggunakan pembayaran yang dimiliki oleh pembeli dan petugas keamanan (Satpam) yang memiliki tugas untuk menjaga keamanan pelanggan berbelanja, dan bersedia untuk membantu pelanggan mengangkut barang belanjaan ke mobil pelanggan.

Menurut Irawan dalam Candrianto [1] menyatakan bahwa dengan kualitas produk yang sama akan tetapi harga yang ditetapkan lebih murah berpengaruh dalam meningkatkan penilaian konsumen. Berdasarkan penelitian langsung ke lapangan, harga di *supermarket Diamond* terjangkau dan sesuai dengan target pelanggan serta sesuai dengan kualitasnya.

Hasil penelitian simultan menunjukkan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Candrianto. 2021. *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Padang: Literasi Nusantara.
- [2] Kotler, Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- [3] Maridah, Hardani. 2021. "Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen." *Philanthropy Journal of Psychology* 5:109-130. <https://journals.usm.ac.id/index.php/philanthropy/article/view/3303/2102>.
- [4] Nabila, Bambang. 2019. "Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sakinah Supermarket Surabaya." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 7. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/819>.
- [5] Nadia, Murie, dan Peridawaty. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sindy's Swalayan Palangka Raya." *Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi* 1. file:///C:/Users/User/Downloads/jmsoupr,+3.+Nadia+(181++191)-1.pdf.
- [6] Nazrul dkk. 2020. "Malaysian Journal of Social Science and Humanities (MJSSH)." *Customer's Satisfaction Towards 99Speedmart based on Product Quality and Service Quality in Bangsar, Kuala Lumpur* 5:285-300. <https://www.researchgate.net/publication/347944077>.
- [7] Ndururu, Rinaldo, dan Yulistia. 2021. "Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Transmart Kota Padang." *Jurnal Manajemen* 3:123-134. <https://ejournalunespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/274/267>.
- [8] Novita. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan," Skripsi S1. Padangsidempuan. <http://etd.iain-padangsidempuan.ac.id/6258/>.
- [9] Rukajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Quantitative Research Approach)*. Yogyakarta: Deepublish.
- [10] Sabarudin, Chaniago. 2022. *Keputusan Pembelian Pengguna OVO Ditinjau dari Kemudahan, Price Discount dan Kepuasan*. Surabaya: Global Aksara Pers.
- [11] Selamet, Leony. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Alfamart di Kota Metro." *Jurnal Manajemen Diversifikasi* 2. <https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/diversifikasi/article/view/1043/925>.

- [12] Silvia, Ciamas, Anggraini, Nugroho, dan Ivone. 2021. “Analisis Kepuasan Pelanggan pada UD DAVIA, Medan.” *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 458-461. <https://prosiding.seminar-id.com/index.php/sensasi/article/view/621/613>.
- [3] Syamsiah. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Supermarket Transmart Carrefour di Kota Makassar.” *Skripsi S1*. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/12735/>.
- [14] Temporaktif. 2020. “Alasan Orang Lebih Suka Berbelanja ke Supermarket.” Wikipedia. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/12735>.
- [15] Indrasari.2019.*Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- [16] Apriani, Neti Erlina. 2022. “Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Alat Tulis Putra Kembar.” *Jurnal MDP Student Conference*. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/msc/article/view/1754/585>