

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO SEPATU VANIA DI SIMPANG EMPAT PASAMAN BARAT

Tri Virdha Yolanda.JN¹,Irda²,Linda Wati³

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

Email: yolandhatrivirdha@gmail.com, irda@bunghatta.ac.id, lindawati@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Sepatu menjadi produk yang sangat digemari di kalangan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, setiap perusahaan sepatu bersaing menciptakan produk yang bermutu dan menarik konsumen. Disamping itu, banyaknya produk sepatu impor yang terus memasuki pasar dalam negeri menyebabkan persaingan yang semakin kompetitif. Sepatu merupakan bagian penting dari dunia fashion dan telah mengalami peralihan fungsi dari hanya sebatas alas kaki menjadi elemen yang dapat melengkapi penampilan seseorang. Selain itu sepatu dapat meningkatkan kepercayaan diri dan prestige dari pemakainya. Hal tersebut membuat industri sepatu di Indonesia semakin berkembang. Salah satu industri sepatu yang memanfaatkan peluang tersebut yaitu toko sepatu Vania. Toko sepatu vania adalah usaha sepatu yang telah berdiri pada tahun 1995.

Toko sepatu vania merupakan sebuah toko sepatu yang menjual berbagai macam model mulai dari sepatu anak-anak hingga dewasa, dan pria maupun wanita. Dulu toko sepatu Vania selalu mengikuti trend, dan menyediakan berbagai model sehingga toko sepatu tersebut sangat digemari oleh kalangan masyarakat terutama pada kalangan remaja. Namun beberapa tahun belakangan ini penjualan di toko sepatu Vania terjadi penurunan yang sangat drastis dikarenakan faktor ekonomi masyarakat yang menurun, serta kualitas toko sepatu Vania yang mulai menurun dan harganya yang relatif mahal, hal tersebut berdampak pada penjualan toko sepatu tersebut, sehingga masyarakat lebih mencari toko sepatu yang memiliki harga relatif lebih murah di bandingkan toko sepatu Vania, selain itu banyaknya toko sepatu yang menyediakan model yang sesuai dengan perkembangan zaman membuat masyarakat beralih dari toko sepatu Vania ke toko sepatu lainnya, oleh karena itu toko sepatu Vania tidak begitu digemari oleh masyarakat pada saat ini. Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Sampai saat ini banyak ahli yang mendefinisikan tentang pengertian kepuasan konsumen yaitu hasil penilaian konsumen terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk [1]. Secara teori kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan saksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan [2]. Hubungan

faktor harga dengan kepuasan konsumen pada hakekatnya pemilihan suatu produk dipengaruhi oleh pengetahuan (knowledge), pendapat (opinion) dan keyakinan (faith), ketiga faktor tersebut sangat berkaitan erat dengan tingkat pengalaman sebagai landasan pokok manusia untuk dapat berfikir dengan menggunakan logika. Jadi kebijakan harga atau suatu nilai dapat mempengaruhi pola pikir manusia, mempertimbangkan aktifitasnya dengan menggunakan logika termasuk dalam mempertimbangkan kebutuhannya sebagai konsumen suatu produk [3]. Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya [4].

METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Toko Sepatu Vania di Kecamatan Simpang Empat, Kabupten Pasaman Barat. Sesuai dengan perhitungan proses pencarian rumus Cochran diperoleh ukuran sampel sebesar 96.40 atau digenapkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis

Keterangan	Sig	Standard	Kesimpul an
Kualitas Pelayanan	0.536	0.05	Ditolak
Harga	0.000	0.05	Diterima
Kualitas Produk	0.000	0.05	Diterima

Berdasarkan Tabel 1. Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis pertama dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai sig sebesar 0,536. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan tingkat kepercayaan 0.05. Hasil yang diperoleh menunjukkan nilai sig 0.536 jauh berada diatas tingkat kepercayaan 0.05. Maka keputusannya adalah Ho diterima dan H1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Toko Sepatu Vania. Pada tahapan pengujian hipotesis kedua dengan menggunakan variabel harga diperoleh nilai sig sebesar 0.000. Tahapan pengujian statistik dilakukan dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 0.05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai sig 0.000 jauh berada dibawah tingkat kepercayaan 0.05. Maka

keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_2 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Toko Sepatu Vania.

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis ketiga dengan menggunakan variabel kualitas diperoleh nilai sig sebesar 0.000. Tahapan pengujian statistik dilakukan dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 0.05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai sig 0.000 jauh berada dibawah tingkat kepercayaan 0.05. Maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_3 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Toko Sepatu Vania.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di toko sepatu vania simpang empat, Sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di toko sepatu vania simpang empat. Maka disarankan kepada toko sepatu vania untuk lebih memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar terjadinya peningkatan penjualan dan dapat memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Lubis dan Andayani 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Business Administration* Vol 1, No 2, September 2017
- [2]. Kuntari, Bela Dwi, dkk.(2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*:Vol 36.
- [3]. Fatchur, Rachman. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu& Riset Manajemen* Vol. 3 No. 11 (2014). Hal 1-15.
- [4]. Liman, Piter. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Minyak Goreng Kemasan CV. INDO SARI ABADI. Vol 3. No 6. Juli 2016