

PERAN PEMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN PADA VARIABEL HARGA DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK SUSU HILO DI KOTA PADANG

Rika Ananda Sukma¹, Irda², Lindawati³

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta

E-mail : rikaananda350@gmail.com, irda1@bunghatta.ac.id, lindawati@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Pada saat sekarang ini susu merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. Salah satu susu yang paling sering dikonsumsi oleh pelanggan adalah susu Hilo. Khususnya di kota Padang. Hal tersebut terlihat dari data TOP Brand Index Tahun 2019. Dimana susu Hilo berada di peringkat 2 dengan persentase 29.0%. Namun dari segi penjualan khususnya di kota Padang terlihat mengalami fluktuasi menurun. Demi memperkuat fenomena dalam penelitian ini dilengkapi dengan data survei awal. Dimana didapatkan rata-rata yang menjawab ya adalah 65,55% yang dapat dikategorikan cukup puas dan loyal. Hal tersebut menggambarkan bahwa terjadinya kejanggalan dari data penjualan yang cenderung menurun namun pada survei awal yang mengukur loyalitas jawaban responden sudah dikategorikan cukup puas dan loyal. Hal tersebutlah yang menjadi fenomena dalam penelitian yang saya lakukan.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten dalam [1]. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai pelanggan sebagai imbalannya [2]. Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang serta pelayanan dari suatu produk [3]. Dan nilai pelanggan menyebutkan bahwa nilai pelanggan sebagai

penilaian keseluruhan konsumen terhadap *utilitas* sebuah produk berdasarkan persepsinya terhadap apa yang diterima dan apa yang diberikan [4].

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah pelanggan produk susu Hilo di Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang sudah lebih dari dua kali melakukan pembelian produk susu Hilo di supermarket, minimarket, maupun outlet-outlet kecil. Jumlah sampel pada penelitian adalah 96 responden. Namun untuk menghindari kesalahan maka jumlah sampel dijadikan 100. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisa deskriptif, *outer model*, dan *inner model* dengan menggunakan *Smart PLS*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Hasil Pengujian Hipotesis

Arah	Original Sample	T Statistik	P Values	Ket
Harga -> Kepuasan Pelanggan	0.267	2.978	0.003	H1 Diterima
Harga -> Loyalitas Pelanggan	0.242	2.338	0.020	H2 Diterima
Nilai Pelanggan ->	0.572	6.896	0.000	H3 diterima

Kepuasan Pelanggan				
Nilai Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.225	2.277	0.023	H4 Diterima
Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.357	3.552	0.000	H5 Diterima
Nilai Pelanggan -> Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.204	3.141	0.002	H6 Diterima
Harga -> Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.098	2.220	0.027	H7 Diterima

Berdasarkan table 4.13 diatas dapat dilihat bahwa seluruh hipotesis yang di gunakan dapat di terima hal tersebut dikarenakan nilai *T-statistic* lebih besar dari 1,96, oroginal sampel bernilai positif, dan *P values* kecil dari 0.05

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan ditemukan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif sebagai variable mediasi antara nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan positif sebagai variable mediasi antara harga terhadap loyalitas pelanggan.

Kesimpulan Dan Saran

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka sebaiknya perusahaan produk susu Hilo di Kota Padang diharapkan mempunyai perhatian yang lebih terhadap parapelanggannya seperti memberikan harga yang sesuai dengan kemampuan pelanggan, memperhatikan dampak nilai pelanggan, dan memberikan perhatian yang lebih terhadap kebutuhan dan keinginan para pelanggan akan produk susu Hilo.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Tjiptono, "Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian," in 1, 2014.
- [2] A. S. Maulana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI," *J. Ekon. Vol.*, vol. 7, no. 2, pp. 113–125, 2016.
- [3] lumintang intan Sintya, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado," *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 6, no. 3, p. 3, 2018.
- [4] V. A. Zeithaml, "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence," *J. Mark.*, 1988.