

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Telkomsel (Studi Kasus Mahasiswa di Lampung)

Didik Kurniawan, Mazna, Marliana Handata Saputri*, Vicky F Sanjaya

UIN Raden Intan Lampung

email: marlianahandata@gmail.com

Manuscript History:

Received: 14-12-2020

Accepted: 25-03-2021

Published: 29-03-2021

Abstract

The purpose of this research is to determine how the effect of a price, product quality, and also service quality on customer loyalty. By using a cross-sectional survey design research method. In this study, the samples were students in Lampung with a total of 100 respondents. By using statistical tests performed Structural Equation Modeling based on PLS. by doing the validity test using the loading factor value, while for the reliability test using the Cronbach's alpha value, composite reliability and Average Variance Extracted (AVE). After all the results of the indicator items used in this study were valid and reliable, then the hypothesis was tested. Of the three proposed hypotheses, all are supported, but the first hypothesis is not significant. The conclusion of this study is the importance of maintaining good quality products and services, in order to get good consumer ratings, besides that it is also important to maintain product quality so that consumers remain loyal to the product

Keywords: *product quality; price; service quality; customer loyalty*

Abstrak

Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari suatu harga, kualitas produk, dan juga kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan menggunakan metode penelitian desain survei secara cross-sectional. Dalam penelitian ini sampel merupakan Mahasiswa di Lampung dengan jumlah 100 responden. Dengan menggunakan uji statistik dilakukan Structural Equation Modelling berbasis PLS. dengan melakukan uji validitas menggunakan nilai faktor loading, sedangkan untuk uji reliabilitas menggunakan nilai cronbach's alpha, composite reliability dan Average Variance Extracted (AVE). Setelah semua hasil item indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel, kemudian dilakukan uji hipotesis. Dari ketiga hipotesis yang diajukan seluruhnya terdukung, namun untuk hipotesis pertama tidak signifikan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pentingnya menjaga kualitas produk dan layanan yang baik, agar mendapatkan penilaian konsumen yang baik, selain itu penting juga untuk menjaga kualitas produk agar konsumen tetap loyal terhadap produk

Kata Kunci: kualitas produk; harga; kualitas layanan; loyalitas pelanggan

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya zaman maka teknologi juga semakin berkembang, dan konsep pemasaran juga ikut mengalami perkembangan. Dimana para produsen saling bersaing dengan kompetitor lainnya. Hal ini bisa dilihat dimana semakin banyak perusahaan yang menghasilkan suatu produk dengan berbagai jenis serta kegunaan yang serupa namun ada perbedaan dari segi harga, kualitas produk dan kualitas layanan. Dan konsumen pun akan lebih selektif dalam memilih produk yang akan dibeli.

Kemampuan yang dapat dinilai dari satu merek dalam menjalankan fungsinya merupakan definisi kualitas produk (Kotler, 2003). Kualitas terdiri atas keandalan, kemudahan ketepatan, pemeliharaan dan perbaikan dari yang sudah ada.

Persaingan kualitas produk dan harga yang begitu sengit/intens antara telekomunikasi operator seluler seperti Telkomsel dengan operator telpon seluler lainnya, membuat para pemasar untuk menyediakan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau serta layanan yang baik dan dapat mengembangkan dimana produk tersebut bisa bermanfaat dan sesuai dengan harapan konsumen serta kebutuhan pasar. Sehingga konsumen akan merasa puas dan timbulah loyalitas yang dimana konsumen akan melakukan pembelian berulang dimasa yang akan datang.

Penetapan harga dapat menunjang keberhasilan perusahaan. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi (Chandra, 2012), sehingga harga merupakan alat yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian dalam suatu produk. Harga yang terjangkau, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik dari kartu Telkomsel akan memungkinkan adanya suatu kepuasan konsumen sehingga akan menarik konsumen yang baru dan akan membuat konsumen loyal.

H. Helmy et al., (2020) mengemukakan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan kartu Telkomsel. Dimana pengaruh harga dan kualitas produk yang baik membuat pelanggan tetap setia menggunakan Telkomsel. Penelitian ini ingin melakukan penelitian yang sama dengan penelitian sebelumnya namun dengan menambahkan variabel yang berbeda yaitu menambahkan variabel kualitas pelayanan yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang mencakup sektor jasa selalu identik dengan mutu dari produk itu sendiri menurut (Triana, Pranitasari, and Zahrani Marichs 2017).

Pada penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian (H. Helmy et al., 2020) yang berjudul "Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel" yang melakukan penelitian di kota cimahi. Maka penelitian ini ingin melakukan penelitian yang sama namun dengan objek yang berbeda yaitu dengan objek dimana penelitian dilakukan di Lampung supaya hasil lebih maksimal.

Rahmad irvan et al.,(2020) mengemukakan bahwa dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh kepercayaan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai

variabel intervening” menyarankan supaya menambah sampel penelitian. Penelitian ini ingin menambahkan mahasiswa sebagai sampel pengguna kartu Telkomsel di Lampung yang dimana penelitian sebelumnya menggunakan sampel masyarakat yang ada didesa Barudding sabagai sampel. Untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kartu Telkomsel pada mahasiswa yang ada di Lampung. Maka kami perlu melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pengguna kartu Telkomsel (Studi kasus mahasiswa pengguna kartu telkomsel yang ada dilampung).

TINJAUAN PUSTAKA

1. Harga

Menurut Chandra (2012) mendefinisikan harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang atau aspek lain yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2013) mengemukakan bahwa harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan perusahaan.

Loyalitas dapat dirasakan secara berlanjut oleh pelanggan selama masih merasakan dan menerima kualitas dan pelayanan yang baik dari suatu produk menurut (Sari and Andjarwati 2018). Kualitas produk yang lebih tinggi yang berkaitan dengan harga yang diperoleh. Jika harga yang ditawarkan dirasa sesuai dengan permintaan konsumen akan menciptakan keinginan untuk melakukan pembelian berulang dan teratur. Dalam mengukur harga indikator yang digunakan adalah:

- a. Harga produk TELKOMSEL yang terjangkau
- b. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk
- c. Kesesuaian manfaat produk
- d. Pemilihan paket kuota.

2. Kualitas produk

Menurut Abdul Basith, Kumadji, and Hidayat (2014) mengatakan bahwa kualitas produk adalah karakter yang dimiliki sebuah produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut(Sari and Andjarwati 2018)menyatakan bahwa suatu kepuasan diciptakan pada pelanggan maka perusahaan perlu memahami faktor pendorong kepuasan, salah satunya adalah kualitas produk. Maka indikator yang digunakan dalam mengukur kualitas produk adalah:

- a. Kegunaan produk
- b. Desain kemasan agar pelanggan tertarik
- c. Daya tahan (berapa lama produk dapat digunakan / masa tenggang)
- d. Penampilan produk seperti bentuk dan juga warna kemasan

- e. Ketepatan kualitas (Mampu memberikan pengaruh positif)

3. Kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono (2014) kualitas itu merupakan kondisi yang dinamis dimana berpengaruh dengan jasa, produk, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Made Purwa Aditya (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan juga penting untuk keunggulan kompetitif, mempertahankan customers. Dan mendapat pelanggan yang baru. Sehingga kualitas pelayanan merupakan poin utama dalam perusahaan bidang jasa. Suatu perusahaan dapat dikatakan sukses jika mendapatkan banyak pelanggan, tetapi hal tersebut memerlukan penggunaan waktu lama atau tidak cepat. Perusahaan perlu dapat mempengaruhi pelanggan dengan memberikan layanan yang berkualitas sehingga dapat disimpan dalam pikiran pelanggan untuk terus menggunakan jasa yang diberikan dengan baik, hal itu akan membuat terciptanya loyalitas pelanggan.). Maka indikator yang digunakan dalam mengukur kualitas layanan adalah:

- a. Fasilitas yang baik
- b. Pelayanan yang cepat
- c. Respon karyawan
- d. Wawasan karyawan terhadap produk
- e. Kemudahan komunikasi

4. Loyalitas pelanggan

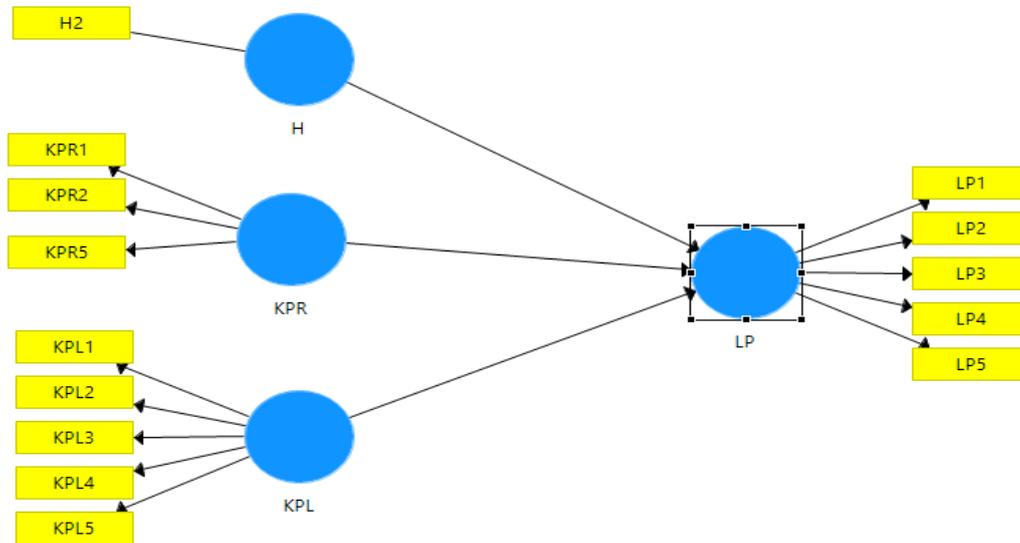
Loyalitas pelanggan merupakan sebuah perilaku yang berkaitan dengan suatu produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak produk dimasak datang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap produk menurut (Kotler & Keller, 2008).

Menurut pendapat lain loyalitas adalah komitmen tegas demi transaksi atau berhubungan dengan barang atau layanan tertentu terlepas dari keadaan yang mampu memicu transformasi sifat dan upaya pemasaran di masa depan. Mempertahankan loyalitas berarti bahwa perusahaan mengeluarkan biaya untuk mempertahankan pelanggan lebih rendah dari pada biaya menarik pelanggan baru. Loyalitas bakal membawa banyak manfaat terhadap perusahaan, termasuk dalam transaksi berulang-ulang dan merekomendasikan merek ke kenalan maupun kerabat. (Narotama, 2015:87)

Maka indikator untuk mengukur loyalitas pelanggan adalah:

- a. Pembelian ulang secara teratur, melakukan pembelian kartu operator TELKOMSEL minimal satu bulan sekali.
- b. Tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing, Akan setia menggunakan kartu operator TELKOMSEL.
- c. Memberikan referensi kepada orang lain.

5. Kerangka Konseptual



METODE PENELITIAN

1. Jenis penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan yaitu pendekatan survey, dimana dalam bentuk kuisioner yang terstruktur lalu diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik (Naresh K Malhotra, 2015:196).

2. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di daerah Lampung.

3. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah para mahasiswa pengguna kartu Telkomsel di Lampung.

4. Sampel

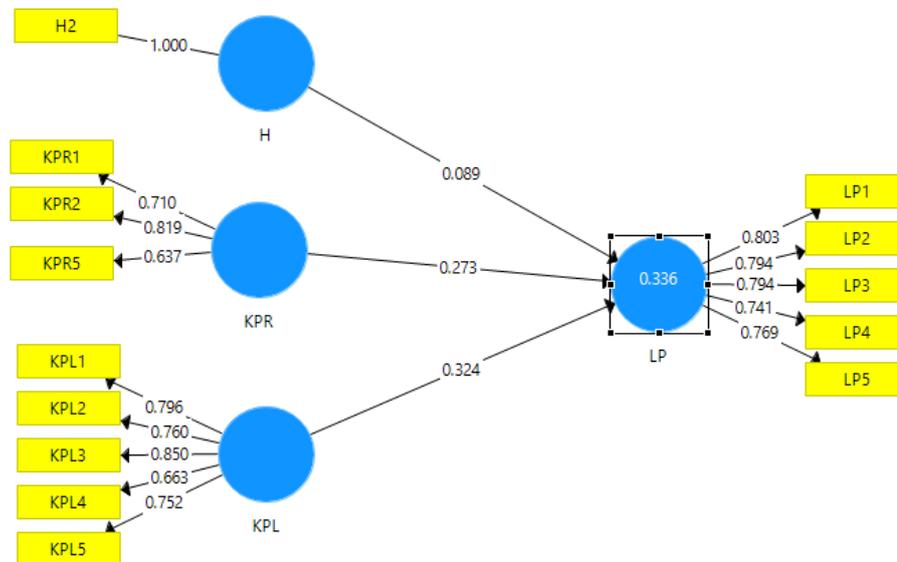
Dalam penelitian ini terdapat 20 pertanyaan maka jumlah sampel adalah 100 sampel. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: mahasiswa laki-laki dan perempuan yang berusia 17 tahun keatas yang ada di Lampung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uji sampel yang dilakukan memiliki beberapa hasil diantaranya. Pertama terdapat beberapa item kuisioner yang gugur karena tidak memenuhi batas standar factor loading. Pada konstruk Harga (H) dari 5 item tersisa 1 item. Konstruk Kualitas Produk (KPR) dari 5 item tersisa 3 item. Kualitas Pelayanan (KPL) dan Loyalitas Pelanggan (LP) tidak ada yang gugur. Pengujian ulang selanjutnya terhadap validitas konstruk sehingga didapat semua item indikator berada di atas standar nilai faktor loading/outer loading di atas >0.6 sehingga berdasarkan Hair et al., (2010) dianggap semua item tersebut valid. Pengujian terhadap

reliabilitas memiliki nilai cronbach's alpha, composite reliability dan Average Variance Extracted (AVE) > 0.6. Instrumen yang digunakan dianggap sudah reliability dan telah memenuhi syarat untuk pengujian hipotesis.

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas



- H : Harga
- KPR : Kualitas Produk
- KPL : Kualitas Pelayanan
- LP : Loyalitas Pelanggan

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

	H	KPL	KPR	LP
H2	1.000			
KPL1		0.796		
KPL2		0.760		
KPL3		0.850		
KPL4		0.663		
KPL5		0.752		
KPR1			0.710	
KPR2			0.819	
KPR5			0.637	
LP1				0.803
LP2				0.794
LP3				0.794
LP4				0.741
LP5				0.769

Sumber: Data diolah

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

	H	KPL	KPR	LP
H2	1.000			
KPL1		0.796		
KPL2		0.760		
KPL3		0.850		
KPL4		0.663		
KPL5		0.752		
KPR1			0.710	
KPR2			0.819	
KPR5			0.637	
LP1				0.803
LP2				0.794
LP3				0.794
LP4				0.741
LP5				0.769

Sumber: Data diolah

Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
H	1.000	1.000	1.000
LP	0.844	0.886	0.609
KPL	0.824	0.876	0.588
KPR	0.544	0.768	0.527

Sumber: Data diolah

Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas

	Original Sample	Sample Mean	Standar Deviasi	T Statistics	P Values
H → LP	0.089	0.079	0.093	0.956	0.339
KPL → LP	0.324	0.328	0.136	2.375	0.018
KPR → LP	0.273	0.295	0.133	2.043	0.042

Sumber: Data diolah

HASIL UJI HIPOTESIS

Hipotesis 1: Hargaberpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa Hargaberpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan namun tidak signifikan dengan nilai P-Value ($0.339 > 0.05$), sehingga hipotesis 1 kurang didukung. Hal tersebut sesuai dengan referensi terdahulu seperti (Wibowo 2019) menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa bagi pelanggan harga tidak menjadi masalah

karena mereka berpikir kualitas produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan keinginan sehingga mereka tidak ragu lagi untuk ingin membeli lagi dikemudian hari. Dan juga Keterkaitan harga terhadap loyalitas juga sependapat dengan penelitian terdahulu oleh (Xhema, Metin, and Groumpos 2018), hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa kualitas harga dan loyalitas memiliki hubungan positif.

Hipotesis 2: Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, didapat nilai P-value ($0.042 < 0.05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 2 terdukung. Hal ini sejalan dengan penelitian (A. Basith 2014) yang mengatakan bahwa kualitas produk adalah karakter yang dimiliki sebuah produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dan juga (Sari and Andjarwati 2018) menyatakan bahwa loyalitas akan berlanjut dirasakan oleh pelanggan selama masih merasakan bahwa ia sudah menerima nilai yang baik dari suatu produk, termasuk kualitas yang lebih tinggi dalam kaitannya dengan harga dibandingkan dengan yang diperoleh. Jika harga yang ditawarkan dirasa sesuai dengan permintaan konsumen akan menciptakan keinginan untuk melakukan pembelian berulang dan teratur.

Hipotesis 3: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, didapat nilai P-value ($0.018 < 0.05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 3 didukung. Kualitas Pelayanan ini memberikan dampak positif dikarenakan adanya kualitas pelayanan yang baik ini membuat mayoritas dari konsumen menjadi Loyal. Hal tersebut senada dengan penelitian (Tjiptono 2017) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dan juga menurut (Made Purwa Aditya 2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan juga penting untuk keunggulan kompetitif, mempertahankan customers.

No	Item	Hasil
1	Hipotesis 1	Terdukung
2	Hipotesis 2	Terdukung
3	Hipotesis 3	Terdukung

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan memiliki pengaruh tidak signifikan. Berbeda dengan pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan dan berpengaruh signifikan. Kita dapat menyimpulkan bahwa sangat penting bagi pemilik usaha daring dalam menjaga kualitas produk dan layanan yang diberikan. Dampak dari pembelian yang dilakukan akan langsung terjadi dengan mudah karena konsumen pada umumnya akan langsung memberikan penilaian terhadap produk dan layanan perusahaan.

SARAN

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan dalam penelitian ini terdapat beberapa saran untuk penelitian mendatang, diantaranya penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel moderasi atau mediasi untuk melihat apakah akan memperkuat atau memperlemah hubungan Loyalitas Pelanggan. Saran bagi pemilik perusahaan wajib menjaga kualitas dan layanan yang prima terhadap konsumen dikarenakan hal itu akan berdampak langsung bagi perusahaan. Konsumen akan memberikan penilaiannya kepada pemilik sehingga akan mempengaruhi persepsi dari konsumen lainnya dalam keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Basith, A. 2014. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei Pada Pelanggan DeâPans Pancake and Waffle Di Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*.
- Basith, Abdul, Srikandi Kumadji, and Kadarisman Hidayat. 2014. "KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei Pada Pelanggan De ' Pans Pancake and Waffle Di Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 11 (1): 1–8.
- Firdaus, F., and A. Dewi. 2015. "EVALUASI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN PESERTA BPJS DI RSUD PANEMBAHAN SENOPATI BANTUL." *Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit*.
- Kotler. 2018. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Cinta Air Hitam Langkat." *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Kotler, Amstrong. 2013. *Lokasi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan. Jurnall*EMBA AAA A.
- Made Purwa Aditya, Ni Made Wulandari Kusumadewi. 2017. "Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia ABSTRAK Pariwisata Merupakan Kegiatan Yang Secara Langsung Menyentuh Dan Melibatkan Masyarakat , Sehingga Meberikan Banyak Manfaat Terhadap Masyarakat Setempat Dan Sekitarnya . Bah" 6 (9): 5061–87.
- Oliver, J. 2019. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA DON'S WARNET)." *Hilos Tensados*.
- Sari, Herviana Vidya Purnama, and Anik Lestari Andjarwati. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Biskuit Oreo Di Carrefour Surabaya)." *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 6 (1): 1–9.

- Tjiptono. 2017. "Analisis Perbedaan Kualitas Pelayanan & Kepuasan." *Young Consumers*.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. 1.
- Triana, Lilik, Diah Pranitasari, and Siti Zahrani Marichs. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan." *Jurnal STEI Ekonomi*. <https://doi.org/10.36406/jemi.v26i01.201>.
- Wibowo, Aditya Eka. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Smartphone Xiaomi Di Kota Magelang." *Skripsi*.
- Xhema, Jonida, Hasan Metin, and Peter Groumpos. 2018. "Switching-Costs, Corporate Image and Product Quality Effect on Customer Loyalty: Kosovo Retail Market." *IFAC-PapersOnLine*. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2018.11.303>.