

PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN RAKAN KAFE PANTON LABU KABUPATEN ACEH UTARA

Zakaria Yahya

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bumi Persada Lhokseumawe

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Rakan Kafe Panton Labu Aceh Utara. Sedangkan sampel dalam penelitian adalah pengunjung Rakan Kafe dalam kurun waktu tiga minggu terhitung dari minggu kedua bulan Mei 2017 sampai dengan minggu keempat bulan Mei 2017 dengan jumlah penunjang sebanyak 80 orang. Variabel yang akan diuji terdiri dari variabel bebas yaitu harga (X1), promosi (X2) dan kualitas pelayanan (X3) dan yang menjadi variabel terikat adalah loyalitas konsumen (Y). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan dua (2) pengujian, yaitu pengujian hipotesis menggunakan Uji t dan dilanjutkan dengan pengujian F. Pengolahan data dan analisis data digunakan aplikasi SPSS 20 dengan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing Variabel harga (X1) dengan nilai t -hitung $2.045 > t$ -tabel 1.991 , signifikansi $(0.044) < 0.05$, maka nilai t -hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t -tabel sehingga variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Rakan Kafe Panton Labu Aceh Utara. Hal ini menggam-barkan bahwa semakin tinggi harga yang diberikan maka akan semakin rendah loyalitas konsumen. Variabel promosi (X2) dengan nilai t -hitung $2.962 > t$ -tabel 1.991 , signifikansi $(0.004) < 0.05$, maka nilai t -hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t -tabel. Sehingga variabel promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Rakan Kafe Panton Labu Aceh Utara. Variabel kualitas pelayanan (X3) dengan nilai t -hitung $2.722 > t$ -tabel 1.991 , signifikansi $(0.008) < 0.05$, maka nilai t -hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t -tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Rakan Kafe Panton Labu Aceh Utara. Dari hasil uji t, promosi merupakan variabel yang paling dominan dari pada variabel harga dan kualitas pelayanan. Hasil dengan uji F didapatkan nilai F-hitung lebih besar dari nilai F-tabel $(31.595 > 2.72)$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen (harga, promosi dan kualitas pelayanan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen (loyalitas konsumen).

Kata Kunci: harga, promosi, kualitas pelayanan, rakan kafe, loyalitas konsumen

PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat berpengaruh padapeningkatan akan pemenuhan kebutuhan. Manusia sebagai makhluk hidupmemiliki kebutuhan dasar untuk dapat memenuhi keperluan hidupnya, yaitukebutuhan primer, kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier. Kebutuhan primeryaitu kebutuhan yang menjadi prioritas utama dalam pemenuhannya bagimanusia, salah satunya yaitu kebutuhan akan makanan. Hal ini dimanfaatkan olehindividu-individu atau usaha-usaha kreatif untuk menyediakan tempat makanseperti restoran, kedai atau cafeteria yang dimaksudkan untuk memenuhikebutuhan akan tempat makan bagi penduduk.

Semakin berkembangnya usaha restoran maka persaingan diantara usaha sejenis akan semakin timbul. Salah satu faktor untuk menghadapi pesaing adalah aspek kepuasan pelanggan.Kepuasan pelanggan adalah pertahanan paling baik melawan pesaing.Perusahaan yang berhasil menjaga agar pelanggannya selalu puas hampir tidak terkalahkan dalam bisnis.Para pelanggan yang puas biasanya lebih setia, lebih sering membeli, dan rela membayar lebih banyak untuk membeli produk atau jasa perusahaan tersebut.

Kafe adalah jenis usaha penjualan makanan yang sangat bergantung kepadakepuasan pelanggannya. Umumnya pemasaran dari suatu kafe dilakukansecara *word of mouth* atau dari mulut ke mulut, sehingga jika ada satu sajapelanggan yang tidak puas, maka restoran itu akan

kehilangan beberapa calonpelanggannya, dan begitupun sebaliknya, jika ada satu saja pelanggan yang merasa puas maka kemungkinan besar restoran itu akan mendapatkan beberapa calon pelanggan baru.

Salah satu usaha tempat makan dan minum di sekitar Kota Pantan Labu yaitu Kafe Rakan. Kafe ini menyediakan berbagai makan dan minuman khas Aceh. Dengan lokasi yang strategis dan kapasitas kafe yang memadai, dilengkapi dengan fasilitas *meeting room*, mushala dan akses internet yang memadai, maka Rakan Kafe sangat di gemari anak-anak muda khususnya untuk sekedar bertemu sesama rekannya.

Akan tetapi sering terjadi keluhan dari konsumen baik itu mengenai pelayanan, tempat yang kurang bersih maupun akses internet yang sering sekali terjadi gangguan sehingga hal ini menyebabkan berkurangnya pengunjung dalam kurun waktu terakhir ini. Berdasarkan beberapa hal tersebut, penulis mengangkat judul penelitian “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Rakan Kafe Pantan Labu Kabupaten Aceh utara”.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Objek Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan di Rakan Kafe, beralamat di Pantan Labu Kabupaten Aceh Utara. Sedangkan objek penelitian adalah konsumen Rakan Kafe Pantan Labu, Kabupaten Aceh Utara.

Populasi dan Sampel

Populasi; adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa populasi terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti yang nantinya akan dijadikan sasaran dalam penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pengunjung di Rakan Kafe. Populasi dalam penelitian ini termasuk populasi tidak terbatas (*indefinite*), yaitu jumlah unit analisisnya tidak dapat dihitung karena terlalu banyak atau karena tidak terdefinisi. Dengan demikian, jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui dikarenakan terbatasnya waktu, dana dan tenaga, maka penelitian ini dilakukan secara sampling.

Sampel; adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini bersifat (*indefinite*), maka penentuan jumlah sampel dilakukan dalam kurun waktu tertentu (*time series*). Jumlah pengunjung Rakan Kafe di minggu kedua bulan Mei 2017 sebanyak 105 pengunjung, pada minggu ketiga sebanyak 118 pengunjung dan pada minggu keempat sebanyak 176 pengunjung, sehingga jumlah pengunjung dalam kurun waktu tersebut sebanyak 399 pengunjung.

Untuk menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin dalam Prasetyo (2008) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel), maksimal 10%.

Berdasarkan rumus tersebut maka diperoleh besarnya sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{399}{1 + 399(0.1)^2} = \frac{399}{1 + 399(0.01)} = \frac{399}{4.99} = 79.95 \approx 80$$

Dari perhitungan diatas, didapatkan jumlah sampel penelitian adalah sebanyak 80 pengujung.

Teknik Pengambilan Sampel

Banyak cara dalam pengambilan sampel penelitian tergantung apa yang akan diteliti. Kelompok individu yang terpilih sebagai sampel merupakan kelompok individu yang kebetulan terpilih sebagai sampel diantara sampel yang berukuran sama yang mungkin atau dapat dipilih dari suatu populasi tertentu sehingga para responden akan memberikan data dan informasi secara sukarela dan dapat digunakan secara *legimite* dan efektif.

Penelitian ini dalam menentukan sampel menggunakan teknik *Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel. Teknik *Probability Sampling* ini bermacam-macam yaitu *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified sampling*, *sampling area (cluster) sampling* (Sugiono, 2012). Sampel adalah sebagian atau wakil

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas; merupakan sebagai suatu uji derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur (Umar, 2005). Uji validitas kuesioner bertujuan untuk mengetahui apakah pernyataan dalam kuesioner memenuhi syarat, atau tidak untuk dijadikan instrumen dalam penelitian. Teknik yang dipakai untuk menguji validitas kuesioner adalah teknik korelasi *Product Moment Pearson* berikut :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - \sum y)^2]}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Korelasi antara X dan Y.
- n = Jumlah responden.
- X = Skor masing-masing pertanyaan.
- Y = Skor total.

Uji validitas akan dilakukan pada responden dimana nilai yang dihitung dinyatakan valid, apabila nilai r lebih dari 0,361. Pengujian dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS.

Uji Reliabilitas; merupakan derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh alat pengukuran. Reliabilitas dalam bentuk skala dapat dicari dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. *Alpha Cronbach* digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen Skala Likert (1-5). Rumus untuk menghitung koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas instrument.
- k = Banyaknya butir pertanyaan.
- $\sum \sigma^2$ = Jumlah ragam butir.
- σ_1^2 = Jumlah ragam total.

Selanjutnya untuk mencari nilai ragam digunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

- n = Jumlah responden.
- k = Banyaknya butir pertanyaan.
- $\sum \sigma^2$ = Jumlah ragam butir.

Nilai korelasi yang dihitung dianggap sah, apabila nilai r lebih dari 0,361 dan akan semakin sah (*valid*) jika mendekati angka 1,00. Pengujian dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 20.

Metode Analisis Data

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program *Microsoft Excel 2007* dan SPSS (*Statistical Program For Social Science*) 20. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis Regresi Linier Berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Rakan Kafe Panton Labu

Rakan Kafe merupakan sebuah bentuk usaha kuliner dan *coffee shop* dengan mengusung konsep kekinian dan beralamat di Panton Labu Kab. Aceh Utara. Rakan Kafe Panton Labu dibuka pertamakalinya padabulan Januari2010. Seperti halnya sebuah kafe, ditempat ini hidangan utamanya adalahberbagai macam minuman seperti kopi, teh dan lain sebagainya, jugamakanan-makanan seperti mie aceh, ayam krispi, sate dan nasi dengan berbagai menu masakan aceh.

Seperti halnya kafe-kafe pada umumnya, suasana yang ingin disampaikanadalah suatu suasana yang tidak formal, santai, hangat, dan terbuka.Dimana parapengunjungnya bisa merasakan kenyamanan, santai, dan bahkan bisa dijadikansebagai tempat melepas stress setelah bekerja seharian. Tetapi bukan berarti urusanpekerjaan tidak bisa dibawa ke kafe ini, karena ada kalanya pembicaraan danpertemuan untuk membahas soal pekerjaan dan bisnis pun kerap terjadi di sebuahkafe.

Pembahasan

Untuk melihat sejauh mana pengaruh dan hubungan kualitas pelayananterhadap kepuasan pelanggan pada Toko Rakan Kafe Panton Labu, maka selanjutnyadilakukan pengolahan data melalui persamaan regresi linier berganda denganmenggunakan program komputer statistik SPSS 20.

Analisis Regresi Linier Berganda

Pada analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel independen secara keseluruhan dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif ataupun negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel independen.

Pada analisis regresi linier berganda ini yang menjadi variabel dependenadalah Loyalitas Konsumen (Y)di Rakan Kafe Panton Labu.Sedangkan variabelindependen yang terdiri dari Harga (X1), Promosi (X2) dan Kualitas pelayanan (X3). Hasil pengolahan data untuk analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 20 didapatkan hasil sebagaimana berikut:

Tabel 1. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.583	1.880		.842	.402
1 Harga (X1)	.183	.089	.193	2.045	.044
Promosi (X2)	.284	.096	.360	2.962	.004
Kualitas Pelayanan (X3)	.255	.094	.305	2.722	.008

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen (Y)

Sumber data dengan SPSS, diolah 2017

Persamaan regresi linier berganda yang digunakan adalah, sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 1.583 + 0.183X_1 + 0.284X_2 + 0.255X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 1.583. Artinya, jika variabel Loyalitas konsumen (Y) tidak dipengaruhi oleh ketiga variabel bebasnya atau harga (X1),promosi (X2) dan kualitas pelayanan (X3) bernilai nol, maka besarnya rata-rata loyalitas konsumen akan bernilai 1.583.

Nilai koefisien regresi pada variabel-variabel bebasnya menggambarkan apabila diperkirakan variabel bebasnya naik sebesar satu unit dan nilai variabel bebas lainnya diperkirakan konstan atau sama dengan nol, maka nilai variabel terikat diperkirakan bisa naik atau bisa turun sesuai dengan tanda koefisien regresi variabel bebasnya.

Koefisien regresi untuk variabel bebas X1 (harga) bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara harga (X1) dengan loyalitas konsumen (Y). Koefisien regresi variabel X1 sebesar 0.183 mengandung arti untuk setiap penambahan nilai positif dari variabel harga (X1) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya loyalitas konsumen (Y) sebesar 0.183.

Koefisien regresi untuk variabel bebas X2 (promosi) bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara promosi (X2) dengan loyalitas konsumen (Y). Koefisien regresi variabel X2 sebesar 0.284 mengandung arti untuk setiap penambahan nilai positif dari variabel promosi (X2) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya loyalitas konsumen (Y) sebesar 0.284.

Koefisien regresi untuk variabel bebas X3 (kualitas pelayanan) bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kualitas pelayanan (X3) dengan loyalitas konsumen (Y). Koefisien regresi variabel X1 sebesar 0.255 mengandung arti untuk setiap penambahan nilai positif dari variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya loyalitas konsumen (Y) sebesar 0.255.

Pengujian Hipotesis

Selanjutnya untuk menguji apakah pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen signifikan baik secara bersama sama (simultan) maupun secara parsial (individual), dilakukan uji signifikansi. Pengujian dimulai dari pengujian simultan, dan apabila hasil pengujian simultan signifikan dilanjutkan dengan uji parsial.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel harga (X1) dengan nilai t-hitung $2.045 > t\text{-tabel } 1.991$, signifikansi $(0.044) < 0.05$, maka nilai t-hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t-tabel sehingga variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Rakan Kafe Pantan Labu Kabupaten Aceh Utara. Hal ini menggambarkan bahwa semakin tinggi harga yang diberikan maka akan semakin rendah loyalitas konsumen.
2. Variabel promosi (X2) dengan nilai t-hitung $2.962 > t\text{-tabel } 1.991$, signifikansi $(0.004) < 0.05$, maka nilai t-hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t-tabel. Sehingga variabel promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Rakan Kafe Pantan Labu Aceh Utara.
3. Variabel kualitas pelayanan (X3) dengan nilai t-hitung $2.722 > t\text{-tabel } 1.991$, signifikansi $(0.008) < 0.05$, maka nilai t-hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t-tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Rakan Kafe Pantan Labu Kabupaten Aceh Utara.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari hasil penelitian, maka diajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan daya jual beli dan kepuasan bagi calon konsumen maupun pelanggan, pihak Rakan Kafe Pantan Labu perlu lebih menggalakkan proses penjualannya dengan tidak mengesampingkan promosinya dengan cara pembuatan spanduk dengan pesan kreatif dan menarik dan menyebarkan brosur ke masyarakat luas.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk melanjutkan penelitian ini atau mengambil tema yang sama dengan penelitian ini diharapkan untuk bisa menyempurnakannya yaitu dengan menambahkan variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pembeli, dengan harapan penelitian ini dapat lebih berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler. 2008. *Business Research Methods, Tenth Edition*, Boston: McGraw-Hill International Edition.
- Ghozali, Imam, 2008. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16.0*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2011. *Marketing an Introduction. Edisi 10*. Indonesia: Perason.
- Kotler, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2*, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy 2011, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.