

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA KOPERASI 212 MART PADANGSIDIMPUAN

Diki Riansyah Putra<sup>1</sup>: Darwis Harahap<sup>2</sup>: Ali Hardana<sup>3</sup>  
[DikiRiansyahPutra@gmail.com](mailto:DikiRiansyahPutra@gmail.com)  
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

### Abstrak:

Dalam keberlangsungan suatu perusahaan ritel maka kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan perusahaan dalam menciptakan loyalitas konsumen. Selain kualitas pelayanan, perusahaan juga harus memperhatikan harga produk yang dijual apakah sudah sesuai dengan keinginan atau harapan dari konsumen atau belum, dikarenakan harga juga dapat memengaruhi loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Jika harga terlalu mahal dengan toko yang lain maka konsumen enggan untuk membeli kembali. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212 Mart Padangsidimpuan.

Pembahasan dalam penelitian ini adalah teori yang berkaitan dengan Manajemen Bisnis yaitu kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, jika kualitas pelayanan baik maka loyalitas akan meningkat begitu juga sebaliknya. Dan harga terhadap loyalitas konsumen, jika harga murah maka loyalitas konsumen akan meningkat, jika harga mahal maka loyalitas konsumen akan turun.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, sumber data yang digunakan adalah data primer dan pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner. Sampel penelitian sebanyak 64 orang dengan teknik pengambilan sampel insidental, kemudian analisis penelitian menggunakan statistik yaitu *SPSS Versi 25*.

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} 3,274 >$  nilai  $t_{tabel} 2,000$  maka  $H_01$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima yang berarti adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212 Mart Padangsidimpuan. Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa variabel harga ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} 1,455 <$  nilai  $t_{tabel} 2,000$  maka  $H_02$  diterima dan  $H_{a2}$  ditolak yang berarti tidak adanya pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212 Mart Padangsidimpuan. Kemudian berdasarkan hasil uji F terdapat nilai  $F_{hitung} 9,598$  dan nilai  $F_{tabel}$  dilihat dari rumus dengan derajat kebebasan  $df = n - k - 1$ ,  $df = 64 - 2 - 1 = 61$  nilai  $F_{tabel}$  yang diperoleh 3,15. Maka dapat diinterpretasi bahwa nilai  $F_{hitung} 9,598 >$  nilai  $F_{tabel} 3,15$  dan nilai sig.  $0,000 < 0,005$  dapat dinyatakan bahwa hipotesis  $H_03$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima sehingga kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212 Mart Padangsidimpuan.

**Keywords:** Kualitas Pelayanan, Harga, Loyalitas Konsumen

## **PENDAHULUAN (INTRODUCTION)**

Perkembangan usaha ritel seperti swalayan, mini market dan koperasi di setiap wilayah Kota Padangsidempuan diantaranya Indomart, Alfamidi, dan swalayan rahmat syariah yang sudah memiliki cabang di beberapa jalan-jalan yang ada di kota padangsidempuan.

Kemajuan tersebut memiliki dampak persaingan yang lebih ketat lagi antara swalayan, mini market, serta koperasi yang bergerak di bidang ritel di kota Padangsidempuan. Di Jalan Imam Bonjol No. 44 AB, Kelurahan Wek V, Kecamatan Padangsidempuan Selatan terdapat 1 (satu) unit koperasi yaitu koperasi 212 mart yang didirikan sejak tahun 2017 silam. Dimana keberadaannya di tepi jalan raya sehingga memudahkan konsumen untuk berbelanja di koperasi 212 Mart tersebut.

Berdasarkan pengamatan peneliti dan hasil wawancara dengan pimpinan koperasi 212 Mart Bapak Dalari, pada hari Senin, 20 April 2019, Pukul 07.30 WIB, awal berdirinya koperasi ini memiliki modal sebesar Rp.13.000.000 dari simpanan wajib anggota dan dana investasi gerai 212 Mart sebesar Rp.462.960.000, total Rp.475.960.000.

Modal diatas belum termasuk bangunan koperasi. Barang-barang yang dijual memiliki lebih dari 1000 item mulai dari makanan, minuman, kelontong, serta kebutuhan rumah tangga lainnya. Koperasi 212 Mart menyediakan fasilitas yang lengkap seperti parkir yang luas, pendingin ruangan, dan tempat ibadah.

Berikut jumlah pendapatan Koperasi 212 Mart Padangsidempuan periode bulan februari – juni 2021:

**Tabel I.1**  
**Jumlah Pendapatan Koperasi 212 Mart Padangsidempuan**  
**Priode 28 Februari 2021 – 30 Juni 2021**

Bulan	Jumlah Pendapatan
Februari	Rp.98.000.000
Maret	Rp.120.000.000
April	Rp.110.000.000
Mei	Rp.145.000.000
Juni	Rp. 85.000.000

## Sumber Data Koperasi 212 Mart Padangsidempuan, data diolah 2021

Berdasarkan tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa pendapatan Koperasi 212 Mart mengalami penurunan pada bulan Juni turun menjadi Rp.60.000.000 dari Mei. Tentu saja hal ini tidak sesuai dengan harapan dan tujuan perusahaan. Hal ini menggambarkan kualitas pelayanan dan harga yang diberikan oleh perusahaan masih kurang baik bagi konsumen yang berbelanja sehingga wajib menjadi perhatian perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan harga yang sesuai agar konsumen loyal terhadap perusahaan.

Namun, semakin banyak usaha ritel lainnya yang bermunculan sehingga menambah persaingan dan mengurangi loyalitas konsumen dalam berbelanja di Koperasi 212 Mart bahkan bisa berpaling ke usaha ritel lainnya seperti Indomaret, Alfamidi dan lain-lain.

Pada koperasi 212 Mart Padangsidempuan tidak seperti toko ritel lainnya yang menyediakan banyak jenis produk barang, produk atau barang yang dijual terbatas jenisnya karena koperasi 212 mart Padangsidempuan merupakan toko ritel syariah maka dari itu produk yang dijual merupakan produk yang memiliki label halal dari MUI.

Selain produk yang halal Koperasi 212 Mart Padangsidempuan juga mengutamakan produk yang berkualitas dan berkuantitas agar konsumen juga merasa terpenuhi atau merasa puas terhadap kebutuhan mereka sehari-hari dan sudah pasti produk tersebut juga aman bila dikonsumsi oleh konsumen dalam periode tertentu.

Oleh karena itu penulis ingin lebih jauh lagi untuk meneliti dengan judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Koperasi 212 Mart Padangsidempuan.

### **METODE PENELITIAN (METHOD)**

Untuk melakukan penelitiannya penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan<sup>1</sup>. Penelitian kuantitatif digunakan penulis karena sesuai dengan jenis permasalahan dan data yang dipakai penulis dalam melakukan penelitiannya.

Sementara menurut pendapat Suharsimi Arikunto jenis penelitian kuantitatif adalah

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 8.

“pendekatan penelitian yang banyak dituntut menguakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya”<sup>2</sup>. Penelitian kuantitatif lebih menekankan kepada sumber data yang sifatnya angka-angka dan statistik.

Menurut penjelasan diatas maka bisa di jelaskan bahwa jenis penelitian kuantitatif digunakan pada penelitian yang di dalamnya menggunakan data berupa statistik ataupun angka. Digunakan untuk menjawab perumusan hipotesis sebelumnya.

## HASIL PENELITIAN (RESULTS)

Penelitian ini berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212 Mart Padangsidimpuan. Kemudian peneliti menggunakan program SPSS versi 25 dalam melakukan pengolahan datanya. Berdasarkan hasil uji t dan uji F pada penelitian ini diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212 mart Padangsidimpuan

Hasil uji t dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang bererti adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212 Mart Padangsidimpuan.

Kualitas pelayanan yang diberikan pegawai koperasi 212 Mart kepada konsumennya sangat baik sehingga mampu mempengaruhi dan menciptakan rasa loyal konsumen dalam berbelanja di koperasi 212 Mart Padangsidimpuan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Elinawati Susi Mentari Sinurat, dkk dalam Jurnal EMBA menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan, dapat diartikan kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan konsumen.

2. Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212 Mart Padangsidimpuan.

---

<sup>2</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 12.

Hasil uji t dapat dilihat bahwa variabel harga ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$  maka  $H_02$  diterima dan  $H_a2$  ditolak yang berarti tidak adanya pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212 Mart Padangsidempuan.

Dengan harga yang dapat dikatakan bersaing dengan mini market atau swalayan lain maka harga tidak mempengaruhi rasa loyalitas konsumen dalam berbelanja di koperasi 212 Mart Padangsidempuan.

Hasil penelitian juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Suwarni dan Septina Dwi Mayasari, 2011, dengan judul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen yang mana harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Tengku Putri Lindung Bulan, 2016, dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir agen kota Langsa dimana harga sangat berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

### 3. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212 Mart Padangsidempuan

Hasil uji F terdapat nilai  $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$  dapat dinyatakan bahwa hipotesis  $H_03$  ditolak dan  $H_a3$  diterima sehingga kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212 Mart Padangsidempuan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Paulus A. Pangaila, dkk, 2018, dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi GOJEK dimana pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), dan harga ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) dikarenakan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$ .

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tengku Putri Lindung Bulan, 2016, dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir agen kota Langsa dimana kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir agen kota Langsa.

## PEMBAHASAN (DISCUSSION)

Berikut merupakan penyajian uji validitas ketiga variabel dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

### Tabel IV.4

#### Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No. Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,299	Dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan ketentuan $dk = 64 - 2$ dan taraf signifikan yang digunakan sebesar 5% diperoleh sebesar 0,254	Valid
2	0,744		Valid
3	0,554		Valid
4	0,670		Valid
5	0,594		Valid
6	0,463		Valid
7	0,350		Valid
8	0,554		Valid

Sumber : Data Olahan SPSS 25 (Hasil *Output*)

Tabel IV.4 penyajian hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan diatas menunjukkan bahwa keseluruhan nilai korelasi masing-masing pernyataan angket responden diperoleh nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  0,254. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi semua pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan dikatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

**Tabel IV.5**

**Hasil Uji Validitas Variabel Harga**

No. Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,327	Dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan ketentuan $dk = 64 - 2$ dan taraf signifikan yang digunakan sebesar 5% diperoleh sebesar 0,254	Valid
2	0,605		Valid
3	0,623		Valid
4	0,698		Valid
5	0,300		Valid
6	0,519		Valid
7	0,468		Valid
8	0,623		Valid

Sumber : Data Olahan SPSS 25 (Hasil *Output*)

Tabel IV.5 hasil uji validitas variabel harga diatas menunjukkan bahwa keseluruhan nilai korelasi masing-masing pernyataan angket responden diperoleh nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$

0,254. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi semua pernyataan untuk variabel harga dikatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

#### 1. Uji Normalitas

Berikut ini merupakan hasil dari uji normalitas variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), variabel harga ( $X_2$ ) dan variabel loyalitas konsumen ( $Y$ ):

#### Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov Test*

Data Olahan SPSS 25 (Hasil *Output*), Tabel IV.10 hasil uji normalitas di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (*Asymp.Sig 2-tailed*) untuk Unstandardized Residual variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) variabel harga ( $X_2$ ) dan variabel dari loyalitas konsumen ( $Y$ )  $0,200 \geq 0,05$  maka dinyatakan bahwa data berdistribusi normal.

#### Hasil Uji Multikolinieritas

hasil uji multikolinieritas diketahui bahwa nilai VIF kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) sebesar  $1,168 < 10$  kemudian nilai *tolerance* kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan nilai *tolerance* harga ( $X_2$ ) sebesar  $0,856 > 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212 Mart Padangsidempuan.

## CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

### Kesimpulan (Conclusions)

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian keabsahan data pada bab sebelumnya dan sesuai dengan tujuan penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212 Mart Padangsidempuan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji  $t$  dimana kualitas pelayanan ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} 3,274 >$  nilai  $t_{tabel} 2,000$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212 Mart Padangsidempuan.
2. Tidak ada pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212

Mart Padangsidimpuan. Hal tersebut dapat dilihat bahwa variabel Harga ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  1,455 < nilai  $t_{tabel}$  2,000 maka  $H_{o2}$  diterima dan  $H_{a2}$  ditolak yang berarti tidak adanya pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212 Mart Padangsidimpuan.

3. Secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212 Mart Padangsidimpuan dimana nilai  $F_{hitung}$  9,598 > nilai  $F_{tabel}$  3,15 dan nilai sig. 0,000 < 0,005 dapat dinyatakan bahwa hipotesis  $H_{o3}$  ditolak dan  $H_3$  diterima sehingga kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada koperasi 212 Mart Padangsidimpuan. Hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa nilai  $R_{square} = 0,239$  atau 23,9%, jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan dan variabel harga terhadap variabel loyalitas konsumen sebesar 23,9% dan 76,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **Saran (Recommendations)**

Adapun yang menjadi saran dalam peneliti berdasarkan hasil kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya sebagai sarana untuk menambah wawasan, referensi dan sebagai bahan untuk melakukan penelitian.
2. Bagi pemilik usaha, semoga penelitian ini mampu membantu pemilik usaha dalam menjaga loyalitas pelanggannya sehingga usahanya tetap berjalan.

### **DAFTAR PUSTAKA (REFERENCES)**

- A. Pangaila, Paulus, dan dkk. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi GOJEK." *Jurnal EMBA* Vol.6 No.4 (2018).
- Agustin Setyawati, Widya, Muhamad Rifa'I, dan Cahyo Sasmito. "Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan citra institusi terhadap kepuasan pasien." *Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang* Vol. 10. No. 2 (2018).
- Aisyah Pratiwi dkk, "Effect Of Service Quality And Employee Performance On Customer Satisfaction at PT. Pawnshop Pinang City Sharia Service Unit," *Journal Of Sharia Banking* Vol. 2 No. 2 (2021).

- Amanah, Dita. “pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestyk bakery dan cake shop cabang H.M yamin medan.” *jurnal keuangan* Vol. 2. No. 1 (2010).
- Astuti, Leni (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Bank Jateng Syariah Universitas Muhammadiyah Surakarta). Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta. t.t.
- Eva Indah dkk., “Determinants Of Customer Loyalty,” *Journal Of Sharia Banking* Vol. 2 No. 1 (2021).
- Handayani, Fitria. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasanPelanggan Pada 212 Mart Sudirman Palembang.” Fakultas Konomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah, t.t.
- Isa, Muhammad. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Lembaga Bimbingan Belajar ‘POTENSI’ Panyabungan.” *At-Tijaroh : Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* Vol. 5 No. 1 (2019).
- Jeni Kurnia dkk., “The Effect Of Brand Equity, Promotion And Services On Customer’s Decision To Use Sharia Bank In Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan Market,” *Journal Of Sharia Banking* Vol. 1 No. 2 (2020).
- Lindung Bulan, Tengku Putri. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa.” *Jurnal Manajemen Keuangan* VOL.5, NO.2 (2016).