

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Gelatossimo Pada PT. Tunas Panganindo Wisnu Kencana

Kartika Wijaya¹⁾, Adrian Hidayat²⁾

^{1) 2)}Universitas Buddhi Dharma

Email: kartika.wijaya@ubd.ac.id, adrian.hidayat@ubd.ac.id

ABSTRAK

Berdasarkan fakta yang terjadi kasus covid 19 yang semakin meningkat yang dimana usaha bidang F&B menghadapi masa sulit tetapi adanya salah satu usaha F&B yang tetap bertahan karena transaksi dari pelanggan yang sudah setia dengan produk dari perusahaan ini. Mengumpulkan data dilakukan melalui kuesioner serta pengolahan data menggunakan SPSS 19.

Dilakukannya observasi ini dapat disimpulkan X1 yaitu kualitas pelayanan, X2 yaitu harga dan X3 yaitu promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yang menunjukkan bahwa uji T yaitu kualitas pelayanan thitung $2,007 > 1,98238$, harga thitung $5,816 > 1,98238$ dan promosi thitung $4,694 > 1,98238$ yang berarti 3 variabel ini berpengaruh terhadap variabel Y dengan kontribusi 44%.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3).

The Effect of Service Quality, Price and Promotion on Gelatossimo Customer Loyalty At PT. Tunas Panganindo Wisnu Kencana

ABSTRACT

Based on the facts that there are increasing cases of covid 19, where the F&B business is facing difficult times, but there is one F&B business that survives because of transactions from customers who are already loyal to the products of this company. Collecting data is done through questionnaires and data processing using SPSS 19.

This observation can be concluded that X1 is service quality, X2 is price and X3 is promotion have a positive effect on customer loyalty which shows that the relationship between 3 independent variables and 1 dependent variable in the T test is service quality tcount $2.007 > 1.98238$, price tcount $5,816 > 1,98238$ and promotion tcount $4,694 > 1,98238$, which means these 3 variables have an effect on variable Y contribution of 44%.

Keywords : Service Quality, Price And Promotion

PENDAHULUAN

Marketing memiliki kontribusi dalam public karena marketing berhubungan dengan aspek hidup termasuk dunia sosial. Aktivitas marketing berhubungan dengan mengalirnya product dari pembuat ke pemakai.

Dalam jaman yang semakin berkembang ini banyak bisnis di bidang Food and Beverages yaitu makanan kekinian. Gelatossimo adalah gerai makanan kekinian yang menghadirkan banyak varian menu gelato yaitu sejenis es krim namun healthy untuk dimakan baik anak-anak sampai dengan dewasa. Untuk harga relatif standar untuk lokasi di Flavor Bliss dan banyak sekali diburu oleh kaum millennial dikarenakan lokasi outlet Gelatossimo yang cocok untuk anak millennial yang memiliki hobi untuk berfoto karena tempat yang instagrammable dan banyak spot foto yang bisa menarik perhatian para pecinta makanan untuk mencicipinya dan berbagai promosi menarik di setiap event.

Berdasarkan fenomena alam yang terjadi bahwa semakin tingginya kasus covid yang dimana Food and Beverages saat ini sedang berada dalam fase sulit tetapi dengan kasus tersebut membuktikan bahwa Gelatossimo selalu adanya transaksi dan bisa menarik perhatian anak millennial maka disinilah terbentuknya kepuasan pelanggan. Dengan mementingkan kepuasan pelanggan maka Gelatossimo menyediakam kualitas pelayanan prima yaitu pelayanan ekstra kepada para pelanggan sesuai dengan SOP yang diterapkan. Dari segi harga Gelatossimo mempunyai harga yang relatif lebih rendah dibandingkan pesaingnya dan memberi pengaruh yang positif yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Gelatossimo mempunyai harga yang terjangkau dengan beberapa macam varian seperti gelato fruit varian, gelato choco classic dan gelato classic flavour. Gelatossimo juga menawarkan berbagai promosi agar para pemakai tertarik dengan menekan promosi yang diberikan pada produk tertentu, salah satunya instagram dan tiktok dan juga review dari beberapa selebgram. Peluang untuk mengunjungi dan membeli makanan di Outlet Gelatossimo dan timbulnya pelanggan yang loyal untuk membeli produk di Gelatossimo.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti memilih judul skripsi

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GELATOSSIMO PADA PT TUNAS PANGANINDO WISNU KENCANA”

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Gelatossimo pada PT Tunas Pangaindo Wisnu kencana ? 2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Gelatossimo pada PT Tunas Panganindo Wisnu Kencana? 3. Apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Gelatossimo pada PT Tunas Panganindo Wisnu Kencana? 4. Apakah kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Gelatossimo pada PT Tunas Pangaindo Wisnu Kencana

Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Gelatossimo pada PT Tunas Pangaindo Wisnu Kencana. 2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Gelatossimo pada PT Tunas Panganindo Wisnu Kencana. 3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan Gelatossimo pada PT Tunas Panganindo Wisnu Kencana. 4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan Gelatossimo pada PT Tunas Panganindo Wisnu Kencana.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut (Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, 2016b:01)

Kualitas Layanan adalah produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apa pun.

Menurut (Triawati et al., 2019:09)

Harga adalah nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain atas manfaat yang diperoleh dari suatu barang.

Menurut (Jeklin, 2016:01)

Promosi adalah upaya pemasar untuk berkomunikasi dengan khalayak potensial.

Menurut (Novita & Lubis, 2018:02)

Jumlah konsumsi dan frekuensi pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen pada perusahaan.

METODE

Jenis Penelitian

Berdasarkan jenis penggolongan menurut tujuan jadi riset ini dapat dikategorikan riset pengembangan. Penelitian pengembangan adalah penelitian yang sudah ada sebelumnya tetapi digali lebih dalam kembali guna mendapat result riset yang belum ada dalam penelitian sebelumnya baik itu dari segi objek dan analisa penelitiannya.

Objek Penelitian

Object ini tentang PT Tunas Panganindo Wisnu Kencana . objek penelitian ini dilakukan pada perusahaan F&B yang didirikan pada November 2018 yang menyediakan berbagai macam gelato dengan berbagai varian rasa yang terletak di lokasi Broadway Alam Sutera Tangerang.

Populasi

Riset ini populasinya yaitu seluruh pelanggan PT Tunas Panganindo Wisnu Kencana

Sampel

Sampel riset ini dengan rumus Slovin yang digunakan untuk merumuskan berapa banyak responden yang akan kita beri pernyataan mengenai objek yang penulis akan teliti. Sampel yang dihitung menggunakan rumus slovin yang didapat 110 responden.

Teknik Analisis Data

Dalam riset ini penulis dengan tehnik pengumpulan data Kuesioner dengan 110 responden dengan bantuan menggunakan data yaitu SPSS 2019.

Uji Validitas

Riset uji berguna sebagai uji tingkatan kebenaran instrumen masing-masing variabel sebauan instrument dikatakan cocok apabila ammu menilai yang diingini & result data dari variabel.

Uji Realibilitas

Riset uji berguna mengetahui konsistensi ukur apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan.

Uji Asumsi Klasik

Riset uji asumsi klasik guna sebagai kepercayaan bahwa samanya garis regresi yang diperoleh dari linear bermanfaat untuk mendapat peramalan

Uji Normalitas

Riset uji berguna mengetahui variable dependenn, independenn bahkan dua-duanya menghasilkan hasil normal, meendekati normal atau bhakan tidak

Uji Multikolinearitas

Riset uji multikolinearitas guna untuk mengetahui ada bahkan tidak distorsi data yg di deteksi perhitungan coefficient berganda & compare coefficient relasi

Uji Heteroskedasitas

Dalam risetini berguna memberi tahu distorsi yang adanya ketidakcocokan variasi untuk semua observasi.

Uji Korelasi

Dalam riset ini uji korelasi berguna untuk mengukur intensitas hubungan antar variabel

Uji Koefisien Determinasi

Dalam riset ini uji koefisiuen determinasi berguna untuk memahami akibat antara satu variable dengan other variable baik s ecara parsial (Uji T) maupun bersama-sama.

Uji T

Uji T dalam riset ini guna utk memahami seberapa bnyak intensitas harus $< 0,05$.

Uji F

Uji F berguna memahami variable yang mempengaruhi yang dimasukkan dalam variable dependen.

HASIL**Hasil Uji Validitas X1.1-X1.10**

KORELASI PEARSON	R TABLE = 110
0,570	0,1874
0,507	
0,598	
0,583	
0,624	
0,604	
0,654	
0,657	
0,505	
0,451	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Software SPSS Version 19

Hasil Uji Validitas X2.1-X2.10

KORELASI PEARSON	R TABLE = 110
0,635	0,1874
0,676	
0,399	
0,652	
0,707	
0,510	

0,579	
0,613	
0,467	
0,580	

Hasil Uji Validitas X3.1-X3.10

KORELASI PEARSON	R TABLE = 110
0,568	0,1874
0,558	
0,655	
0,615	
0,598	
0,637	
0,659	
0,689	
0,609	
0,666	

Hasil Uji Validitas Y1.1-Y1.10

KORELASI PEARSON	R TABLE = 110
0,672	0,1874
0,579	
0,708	
0,584	
0,671	
0,698	
0,651	
0,498	
0,413	
0,613	

Berdasarkan tabel diatas pengujian validitas pada masing-masing pernyataan yaitu adalah **valid**.

Hasil Uji Realibilitas (Acuan standar lebih besar dari 0,60)

Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan (X1)

Cronbach's Alpha	N of Items
,771	10

Uji Realibilitas Harga (X2)

Cronbach's Alpha	N of Items
,783	10

Uji Realibilitas Promosi (X3)

Cronbach's Alpha	N of Items
,825	10

Uji Realibilitas Loyalitas Pelanggan (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
,807	10

Disimpulkan bahwa uji reliabilitas pada 4 varibale diatas adalah **reliabel**

Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	110
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	,0000000
Std. Deviation	3,75419145
Most Extreme Differences	
Absolute	,063
Positive	,041
Negative	-,063
Kolmogorov-Smirnov Z	,661
Asymp. Sig. (2-tailed)	,775

Berdasarkan tabel disamping menggunakan uji normalitas dengan asymptotic only maka didapat uji normalitas dengan angka 0,775 yang dapat disimpulkan bahwa uji normalitas adalah normal karena berada pada nilai yang dimana lebih besar nilainya dari standar probabilitas yang pada nilai 0,05.

Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant)	,972	4,733		,205	,838		
Total_X1	,159	,079	,149	2,007	,047	,956	1,046
Total_X2	,466	,080	,444	5,816	,000	,910	1,098
Total_X3	,346	,074	,350	4,694	,000	,951	1,052

i. Dependent Variable: Total_Y1

Sumber : Hasil SPSS 19

Dapat disimpulkan bahwa nilai Tolerance Value pada X1 yaitu kualitas pelayanan senilai 0,956 dan X2 yaitu pada harga senilai 0,910 dan X3 yaitu pada promosi senilai 0,951 yang dijelaskan diatas bahwa standar nilai dari Tolerance adalah $>0,10$

(lebih banyak dari 0,10) maka untuk value tolerance dalam tabel diatas menunjukkan tidak adanya multikolonieritas sehingga data normal dan tidak ada penyimpangan yang terjadi dan Variance Inflation Factor pada X1 yaitu kualitas pelayanan senilai 1.046, X2 yaitu harga senilai 1.098, X3 yaitu promosi senilai 1.052 yang dijelaskan diatas bahwa standar nilai VIF adalah <10.00 (kurang dari 10) maka untuk nilai VIF dalam tabel diatas menunjukkan tidak adanya multikolonieritas sehingga data normal dan tidak ada penyimpangan

Hasil Uji Heteroskedasitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant)	144,828	103,485		1,400	,165
Total_X1	1,243	1,731	,071	,718	,474
Total_X2	-1,128	1,750	-,065	-,645	,521
Total_X3	-1,784	1,613	-,109	-1,106	,271

Uji heteroskedasitas bahwa nilai pada X1 yaitu kualitas pelayanan dengan nilai absolut pada kolom sig menunjukkan nilai 0,474, X2 yaitu harga dengan nilai absolut pada kolom sig menunjukkan nilai 0,521 dan X3 yaitu promosi dengan nilai absolut pada kolom sig menunjukkan nilai 0,271, bahwa keseluruhan variable tidak terjadi heteroskedasitas karena berada pada nilai sig variabel $> 0,05$.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant)	,972	4,733		,205	,838		
Total_X1	,159	,079	,149	2,007	,047	,956	1,046
Total_X2	,466	,080	,444	5,816	,000	,910	1,098
Total_X3	,346	,074	,350	4,694	,000	,951	1,052

i. Dependent Variable: Total_Y1

$$Y1 = 0,97 + 0,159 X1 + 0,466 X2 + 0,346 X3$$

Hasil Uji Koefisien

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	,662 ^a	,438	,422	3,807

Model summary diatas bahwa nilai R sebesar 0,662 dimana pada acuan tabel menurut Sugiyono bahwa nilai tersebut pada tingkat hubungan yang kuat yang menandakan adanya hubungan antara tiga variable bebas yaitu X1 sebagai kualitas pelayanan, X2 sebagai harga dan X3 sebagai promosi dan satu variable terikat yaitu loyalitas pelanggan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

$$Kd = 0,438 \times 0,438 / 100 = 43,8\%$$

Pembulatan 44% yang berarti koefisien determinasi berpengaruh 44% dari 100% ,
selebihnya dipengaruhi faktor lain.

Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant)	,972	4,733		,205	,838		
Total_X1	,159	,079	,149	2,007	,047	,956	1,046
Total_X2	,466	,080	,444	5,816	,000	,910	1,098
Total_X3	,346	,074	,350	4,694	,000	,951	1,052

i. Dependent Variable: Total_Y1

Jumlah Responden = n = 110, a= 5%
Derajat bebas = df= n-k

Taraf sig = 5% dibagi 2 jadi 0,025
Derajat bebas = df = 110-3

Jumlah variabel (k) = 3
 Jumlah responden (n)= 110

didapat nilai t tabel = 1,98238

Hasil Uji F

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	,662 ^a	,438	,422	3,807

i. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2
 i. Dependent Variable: Total_Y1

R Square adalah 0,438 menjelaskan besarnya kontribusi sebesar 44% dan 66% dapat dipengaruhi factor lain-lain

TABLE ANOVAb

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1198,714	3	399,571	27,570	,000 ^a
Residual	1536,241	106	14,493		
Total	2734,955	109			

Berdasarkan table anovab Maka didapatkan df1= 3 dan df== 106 dan nilai Table F adalah 27,570

Diketahui : F hitung > F tabel = 27,570 > 2,69 hal ini menunjukkan bahwa (X1), (X2) (X3) secara bersama sama mempengaruhi (Y1).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil riset seluruhnya yang telah dilakukan pada PT Tunas Panganindo Wisnu Kencana maka kesimpulannya sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan

Result jumlah sampel sebanyak 110 responden yang di sebarakan oleh penulis menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan 20% bahwa hubungan variabel X1 terhadap Y dalam tabel acuan sugiyono pengaruhnya rendah dan berdasarkan pada uji T sebesar 2,007>1,98238 dan menyatakan bahwa X1 sebagai kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dengan nilai sig 0,047 yang dimana dibawah 0,05

2. Pengaruh Harga

Result jumlah sampel sebanyak 110 responden di sebarakan oleh penulis menyatakan bahwa pengaruh harga 50% bahwa hubungan X2 terhadap Y dalam tabel acuan pengaruhnya sedang dan berdasarkan pada uji T sebesar 5,816>1,98238 dan menyatakan bahwa X2 sebagai harga berpengaruh signifikan dengan nilai sig 0,000 yang dimana dibawah 0,05

3. Pengaruh Promosi

Result jumlah sampel sebanyak 110 responden menyatakan bahwa pengaruh promosi yang ditunjukkan 40% X3 terhadap Y dalam tabel acuan pengaruhnya sedang dan berdasarkan pada uji T sebesar $4,694 > 1,98238$ dan menyatakan bahwa variabel X3 sebagai promosi berpengaruh signifikan dengan nilai sig 0,000 yang dimana dibawah 0,05

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi

Result 110 yang di sebarakan pengaruh X1,X2 dan X3 yang diuji bersama 44% memiliki arti bahwa dalam tabel acuan sugiyono pengaruhnya sedang dan menyatakan bahwa variable X1,X2 dan X3 berpengaruh signifikan terhadap variable

DAFTAR PUSTAKA

- R. S. Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, “*濟無*No Title No Title No Title,” *Lab. Penelit. dan Pengemb. FARMAKA Trop. Fak. Farm. Univ. Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, no. April, pp. 5–24, 2016.
- A. Triawati, F. Ekonomi, and D. A. N. Bisnis, “DI MI ISTIQOMAH SAMBAS PURBALINGGA (Studi Pada MI Istiqomah Sambas Purbalingga) Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,” 2019.
- A. Jeklin, “*濟無*No Title No Title No Title,” no. July, pp. 1–23, 2016.
- P. Novita and A. R. Lubis, “Pengaruh Kepribadian Terhadap Loyalitas Dengan Persepsi Kualitas Merek Dan Niat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Retailer Showroom Mobil Toyota Di Banda Aceh),” *J. Ilm. Mhs. Ekon. Manaj.*, vol. 3, no. 2, pp. 148–161, 2018.