

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MODERATING

by Chandra Caniago , Robert Tua Siregar, Julyanthr Grace Endang
Pakpahan

Submission date: 15-Apr-2021 04:11AM (UTC+0700)

Submission ID: 1559366577

File name: sultanist_brand_image.pdf (684.64K)

Word count: 4757

Character count: 30075



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA TOKO SINAR BINTANG PHOTO PEMATANGSIANTAR

Chan Caniago¹, Robert Tua Siregar², Julyanthry³, Grace Endang Pakpahan⁴

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung,
chandracaniago1997@gmail.com

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung,
tuasir@stiesultanagung.ac.id, julyanthry@stiesultanagung.ac.id,
gracepakpahan@stiesultanagung.ac.id

Abstrak

Implementasi kepuasan konsumen sebaiknya didukung beberapa unsur pelengkap agar dapat memenuhi kriteria kepuasan sendiri. Untuk memenuhi unsur kepuasan maka diperlukan konsistensi kualitas pelayanan dan harga yang diberikan kepada konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran dan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, untuk mengetahui gambaran dan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen yang dimoderasi *brand image*. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kepustakaan dan lapangan. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif yang bersumber dari data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan sudah baik, harga sudah baik, *brand image* sudah baik, kepuasan konsumen sudah baik. Hasil analisis regresi linier berganda $\hat{Y} = 11,460 + 0,485 X_1 + 0,165 X_2$, artinya terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar. Hasil analisis regresi dengan metode selisih mutlak, $\hat{Y} = 40,465 + 2,324 X_1 + 1,408 X_2 + 1,510 X_3 + 1,679 [X_1 - X_3] + 1,204 [X_2 - X_3]$ artinya *brand image* mampu memperkuat hubungan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Kemudian, semakin tinggi rendahnya kepuasan konsumen dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga. Hipotesis H_0 ditolak, artinya kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar. Selanjutnya *brand image* mampu memoderasi hubungan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen secara signifikan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, *Brand Image*, Kepuasan Konsumen.

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION WITH *BRAND IMAGE* AS MODERATING VARIABLES IN SINAR STORES BINTANG PHOTO PEMATANGSIANTAR

Abstract

Implementation of customer satisfaction should be supported by several complementary elements in order to meet their own satisfaction criteria. To fulfill the satisfaction element, we need consistency in service quality and price given to consumers. The purpose of this study was to determine the description and influence of service quality and price on customer satisfaction, to find out the description and influence of service quality and price on customer satisfaction moderated by brand image. This research uses the design of library and field research. The type of data used is qualitative and quantitative data sourced from primary and secondary data. The results of this study indicate that service quality is good, prices are good, brand image is good, customer satisfaction is satisfied. The results of multiple linear regression analysis $\hat{Y} = 11.460 + 0.485 X_1 + 0.165 X_2$, meaning that there is a positive influence between service quality and price on consumer satisfaction at the Sinar Bintang Photo Pematangsiantar Shop. The results of the regression analysis using the absolute difference method, $\hat{Y} = 40.465 + 2.324 X_1 + 1.408 X_2 + 1.510 X_3 + 1.679 [X_1 - X_3] + 1.204 [X_2 - X_3]$ means that brand image is able to strengthen the relationship of service quality and prices to customer satisfaction. Hypothesis H_0 is rejected, meaning that service quality and price have a positive and significant effect on consumer satisfaction at Sinar Bintang Photo Pematangsiantar Shop. Furthermore, brand image is able to moderate the relationship of service quality and price to customer satisfaction significantly.

Keywords: Quality of Service, Price, Brand Image, Customer Satisfaction

Article History: Received: 13 Desember 2019 Revised: 15 Desember 2019 Accepted: 24 Desember 2019

PENDAHULUAN

Toko Sinar Bintang³⁹ Photo Pematangsiantar merupakan salah satu badan usaha milik perorangan yang bergerak dalam bidang jasa dan produk, salah satu jasa yang ditawarkan adalah jasa percetakan photo. Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar selalu berupaya meningkatkan kepuasan konsumen secara maksimum. Kepuasan konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar sudah puas. Namun pada dimensi promosi, konsumen belum merasa puas, hal tersebut dikarenakan Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar jarang memberikan hadiah kepada konsumen seperti pemberian sirup, roti kaleng pada hari lebaran, imlek maupun natalan. Pada dimensi suasana, konsumen belum merasa nyaman, hal tersebut diakibatkan oleh suara klakson mobil penumpang maupun suara musik dari penjual CD Player yang sangat keras yang berdekatan dengan Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar.

Kualitas pelayanan sangat erat dengan kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono (2012), dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen, akan meningkatkan indeks kepuasan konsumen yang diukur dalam ukuran apapun. Ada lima dimensi dari kualitas pelayanan yakni berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), empati (*emphaty*). Pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar kualitas pelayanan sudah baik. Pada dimensi kehandalan (*reliability*) belum optimal, hal tersebut diakibatkan tidak adanya *job description* yang ditentukan oleh pengusaha, sehingga karyawan tidak cepat dalam melaksanakan pekerjaannya. Pada dimensi jaminan dan kepastian (*assurance*) juga belum optimal, hal tersebut dikarenakan tidak seluruh

karyawan mampu memakai seluruh peralatan yang berkaitan dengan aktivitas toko seperti menggunakan kamera maupun menggunakan mesin pencetak photo.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Menurut Hasan (2013), konsumen yang puas terhadap perusahaan cenderung lebih jarang menawarkan harga untuk setiap pembelian individualnya. Terdapat tiga faktor harga yang dapat memuaskan konsumen yaitu: keterjangkauan harga, diskon harga dan cara pembayaran. Pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar variabel harga belum optimal dapat dilihat dari dimensi diskon. Hal ini disebabkan Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar tidak memberikan potongan harga apapun kepada konsumen. Pada dimensi cara bayar juga belum optimal, hal ini disebabkan banyaknya masyarakat yang minat menggunakan kartu debit atau kredit dalam melakukan pembayaran, namun tidak diimbangi fasilitas pendukung seperti *electronic data capture* (EDC) untuk memudahkan konsumen yang tidak memiliki uang tunai.

Brand image juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006) *brand image* dapat mengubah harapan pelanggan jika ternyata *brand image* lebih rendah dari persepsi pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan rendah jika *brand image* rendah. Terdapat tiga dimensi yang mempengaruhi *brand image* yaitu: citra pembuat (*corporate image*), citra pemakai (*user image*), citra produk (*product image*).

Fenomena *brand image* pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar yaitu pada dimensi citra pembuat (*corporate image*), Nama perusahaan kurang populer di masyarakat, hal tersebut diakibatkan banyaknya pesaing baru sejenis yang

bermunculan serta menawarkan harga yang lebih murah. Pada dimensi citra pemakai (*user image*), masih terdapat beberapa konsumen yang sering berpindah-pindah perusahaan untuk mencari perusahaan yang menawarkan harga lebih murah

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan, harga, *brand image* dan kepuasan konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar. Selanjutnya mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar. Kemudian mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar yang di moderasi *brand image*.

LANDASAN TEORI

Manajemen dan Manajemen Pemasaran

Kualitas Pelayanan

Setiap perusahaan berusaha agar meningkatkan performa kualitas pelayanan demi menjaga kepercayaan konsumen. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen diperlukan konsep yang dapat mencerminkan peningkatan aspek kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2008), kualitas pelayanan merupakan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang di berikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Harga

Perkembangan pasar menyebabkan setiap perusahaan diwajibkan lebih kompetitif dalam menetapkan harga atas suatu produk. Implementasi indikator harga memiliki peranan penting dalam proses untuk menukar barang (Lie et al., 2019). Menurut Hasan (2013), konsep harga bagi konsumen merupakan segala bentuk biaya

moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.

Brand Image

Manifestasi sebuah perusahaan yang berkualitas dicerminkan dari citra merek perusahaan. Menurut Hasan (2013), konsep harga bagi konsumen merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.

Kepuasan Konsumen

Salah satu indikator tercapainya harapan konsumen dengan kenyataan yang diharapkan adalah terpenuhinya keinginan konsumen dengan bentuk kepuasan. Menurut Buttle (2007), “kepuasan konsumen adalah respons berupa perasaan puas yang timbul karena pengalaman mengonsumsi suatu produk atau layanan, atau sebagian kecil dari pengalaman itu”.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2012), dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen akan meningkatkan indeks kepuasan kualitas konsumen yang diukur dalam ukuran apapun. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Wijayanto (2015), Saidani dan Samsul (2012), Normasari, Srikandi dan Andriani (2013), Sembiring, Suharyono dan Andriani (2014), Prasastono dan Sri (2012) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

Menurut Hasan (2013), konsumen yang puas terhadap perusahaan cenderung lebih

jarang menawarkan harga untuk setiap pembelian individualnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Susilo, Andi dan Mukery (2018), Heri, Sunarso dan Sumaryanto (2017), Purnamasari (2015), Handoko (2017), Palma dan Anik (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan.

Hubungan Brand Image terhadap Kepuasan Kosumen

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006), dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat empat faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yakni pertama, kualitas produk atau jasa yang merupakan brand image. Brand image dapat mengubah harapan pelanggan, jika ternyata brand image lebih rendah dari persepsi pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan rendah jika brand image rendah. Kedua, struktur harga yang memiliki kualitas yang sama dan memberikan nilai tinggi terhadap pelanggan. Ketiga, kenyamanan prosedur, pelanggan akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang aman dan merasa nyaman. Keempat adalah dukungan pelanggan, yang mana pelanggan akan merasa bangga jika memiliki kepuasan yang tinggi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan desain penelitian kepustakaan dan lapangan. Objek penelitian adalah konsumen Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif dan sumber data berasal dari data primer dan data sekunder. Data penelitian dikumpulkan dengan melakukan wawancara, dokumentasi dan penyebaran kuesioner. Analisis data meliputi analisis data kualitatif dan analisis kuantitatif.

PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Kualitatif

Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran kualitas pelayanan, harga, brand image, dan kepuasan konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar. Adapun penetapan kriteria nilai rata-rata jawaban responden tersebut dimasukkan ke dalam kelas-kelas interval berikut:

Tabel 1. Nilai Interval dan Kategori Jawaban Responden

Nilai interval	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Cukup Baik
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: hasil pengolahan data (2019)

Gambaran Kualitas Pelayanan Pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar

Secara keseluruhan dari total jawaban responden mengenai kualitas pelayanan terdapat hasil yang berada pada rata-rata 3,59 dengan kriteria jawaban baik. Nilai tertinggi dengan rata-rata 3,81 dengan kriteria jawaban baik yaitu pada dimensi ketanggapan (*responsiveness*) dengan indikator penanganan masalah. Untuk nilai terendah dengan rata-rata 3,28 pada kriteria jawaban cukup baik pada dimensi jaminan dan kepastian (*assurance*) dengan indikator kemampuan teknis.

Gambaran Harga Pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar

Dari total jawaban responden mengenai harga dengan dimensi keterjangkauan harga, potongan harga, dan cara pembayaran

memperoleh nilai rata-rata 3,41 dengan kriteria jawaban tinggi. Implementasi penerapan harga yang diberikan perusahaan sudah sesuai dengan harga pasar dan berbanding lurus dengan kualitas yang diberikan. Nilai tertinggi dengan rata-rata 3,58 dengan kriteria jawaban tinggi pada dimensi keterjangkauan harga dengan indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk yang diberikan. Untuk nilai terendah dengan rata-rata 3,14 dengan kriteria jawaban rendah pada dimensi diskon dengan indikator diskon tunai.

Gambaran Brand Image Pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa nilai rata-rata *brand image* yang diberikan responden berada pada 3,41 dengan kriteria jawaban baik. Kondisi ini menunjukkan bahwa citra merek yang telah dibangun perusahaan sudah memenuhi ekspektasi konsumen. Nilai tertinggi dengan rata-rata 3,57 pada kriteria jawaban baik yaitu pada dimensi citra pembuat (*corporate image*) dengan indikator citra perusahaan. Untuk nilai terendah rata-rata 3,14 dengan kriteria jawaban cukup baik pada dimensi citra pemakai (*user image*) dengan indikator kesetiaan konsumen.

Gambaran Kepuasan Konsumen Pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa untuk total jawaban responden mengenai kepuasan konsumen baik dari segi produk, promosi, lokasi dan suasana mendapat nilai rata-rata sebesar 3,55 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini menggambarkan bahwa tingkat kepuasan konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar sudah memenuhi harapan konsumen. Untuk nilai tertinggi dengan rata-rata 3,75 dengan kriteria jawaban puas pada dimensi promosi

dengan indikator diskon barang. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,37 dengan kriteria jawaban cukup puas pada dimensi suasana dengan indikator tingkat kebisingan.

Analisis Deskriptif Kuantitatif

Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Untuk menganalisa pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar secara digunakan bantuan program SPSS versi 21, didapatkan hasil regresi sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	11.460	3.211	
Kualitas Pelayanan	,485	,056	,610
Harga	,165	,067	,174

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2019)

Dari hasil regresi dengan SPSS versi 21 pada tabel diperoleh koefisien regresi b_1 sebesar 0,485 dan b_2 sebesar 0,165 sehingga dapat diketahui persamaan regresi yang diperoleh adalah $\hat{Y} = 11,460 + 0,485 X_1 + 0,165 X_2$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar.

Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Brand Image sebagai Variabel Moderating

Tabel 3. Hasil Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	40.465	,738	
	Zscore (Kualitas Pelayanan)	2,324	,570	,389
	Zscore (Harga)	1,408	,443	,325
	Zscore (Brand Image)	1,510	,588	,252
	Moderasi X1-X3	1,679	,741	,195
	Moderasi X2-X3	1,204	,571	,154

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2019)

Berdasarkan hasil pengelolaan data kuesioner pada tabel 5.10 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $\hat{Y} = 40,465 + 2,324 X_1 + 1,408 X_2 + 1,510 X_3 + 1,679 [X_1 - X_3] + 1,204 [X_2 - X_3]$ artinya *brand image* mampu memperkuat hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan brand image memperkuat hubungan harga terhadap kepuasan konsumen.

Analisis Korelasi dan Koefisien Determinan (KD)

Hubungan Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Untuk mengetahui kekuatan hubungan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen dilakukan analisis korelasi, berupa derajat atau kedalaman hubungan fungsional yang menjelaskan hubungan antar nilai r. Nilai r dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676 ^a	.457	.447	4.446

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2019)

Dari tabel 5.11 diperoleh koefisien korelasi $r = 0,676$ artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar. Berdasarkan tabel 5.11 koefisien determinasi (KD) 0,467 artinya tinggi rendahnya kepuasan konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar sebesar 45,7% dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga sedangkan sisanya 54,3% dijelaskan oleh faktor lain.

Hubungan Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen yang di moderasi oleh brand image

Tabel 5. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.516	.494	4.254

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2019)

Dari tabel diatas diperoleh koefisien korelasi nilai $r = 0,718$ artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen yang dimoderasi oleh *brand image* pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar. Berdasarkan tabel di atas Koefisien determinasi (KD) 0,516 artinya tinggi rendahnya kepuasan konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar sebesar 51,6% dijelaskan oleh kualitas pelayanan, harga dan brand image

sedangkan sisanya 48,4% dijelaskan oleh faktor lain.

Uji Hipotesis

Hipotesis 1: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar

Tabel 6. Perkiraan Nilai F_{hitung}

Model	Sum of Squares	F	Sig
Regression	1944.994	49.190	.000 ^b
Residual	2313.131		
Total	4258.125		

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: hasil pengolahan data (2019)

Berdasarkan tabel 6 di atas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 49,190 > F_{tabel} dengan (0,05 ; 2 vs (119-2=117) sebesar 3,07 dan signifikansi 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak, artinya kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar

Hipotesis 2: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Kosumen Secara Parsial (Uji t)

Pengujian selanjutnya adalah uji t. Pengujian ini dilakukan secara parsial yaitu untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis, pengaruh hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Komunikasi Interpersonal dan Kompensasi yang di uji berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ signifikan $\alpha \leq 0,05$ maka H_0 ditolak. Untuk menguji kebenaran maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan program SPSS versi 21.

Tabel 7. Perkiraan nilai t_{hitung}

Coefficients ^a		
Model	t	Sig
Constant	3.569	0.001
Kualitas Pelayanan	8.668	0.000
Harga	2.475	0.015

Sumber: hasil pengolahan data (2019)

Berdasarkan tabel 5.14 diatas diperoleh nilai t_{hitung} pada variabel X_1 (kualitas pelayanan) sebesar 8,668 > dari t_{tabel} dengan $df = n-k-1$ (120-2-1 = 117) sebesar 1,98045 signifikansi 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar. Pada variabel X_2 (Harga) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,475 > dari t_{tabel} dengan $df = n-k-1$ (120-2-1 = 117) sebesar 1,98045 dan signifikansi $\leq \alpha$ 0,05 atau 0,015 < 0,05, maka H_0 ditolak, artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar.

Hipotesis 2: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Kosumen dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderasi

Tabel 8. Perkiraan Uji Moderasi dengan Metode Selisih Mutlak

Coefficients ^a		
Model	t	Sig
Constant	54.825	0.000
Zscore (Kualitas Pelayanan)	4.079	0.000
Zscore (Harga)	3.181	0.002
Zscore (Brand Image)	2.567	0.012
Moderasi X1-X3	2.265	0.025
Moderasi X2-X3	2.111	0.037

Sumber: hasil pengolahan data (2019)

Berdasarkan tabel 5.15 diatas maka diperoleh: Nilai t_{hitung} pada variabel moderasi (brand image) X_1-X_3 sebesar 2,265 > t_{tabel} dengan taraf $df = n-k-1$ (120-2-1) sebesar 1,98045 atau dengan taraf signifikansi 0,025 < 0,05 maka H_0 ditolak artinya brand image mampu memoderasi hubungan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen secara signifikan dan nilai t_{hitung} pada variabel moderasi (brand image) X_2-X_3 sebesar 2,111 > t_{tabel} dengan taraf $df = n-k-$

1 (120-2-1) sebesar 1,98045 atau dengan taraf signifikansi $0,037 > 0,05$ maka H_0 ditolak artinya *brand image* mampu memoderasi hubungan harga terhadap kepuasan konsumen secara signifikan.

Evaluasi

Kualitas Pelayanan Pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar

Berdasarkan hasil kuesioner dan penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada Sinar Bintang Photo Pematangsiantar berkategori baik dengan nilai rata-rata 3,55. Dalam hal ini kualitas pelayanan pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar harus lebih ditingkatkan lagi, adapun indikator yang dibawah rata-rata yaitu:

Pada dimensi kehandalan (*reliability*), indikator kecepatan karyawan dengan nilai rata-rata 3,39 pada kriteria jawaban cukup baik. Sebaiknya pemilik toko membuat *job description* / pembagian tugas untuk setiap karyawannya, sehingga karyawan dapat bekerja dengan cepat dan sesuai dengan keahliannya. Pada indikator kesiapan karyawan dengan rata-rata 3,35 pada kriteria jawaban cukup baik. Sebaiknya karyawan lebih melatih diri dan belajar lagi agar dapat bekerja secara optimal, baik disaat kondisi toko sedang ramai maupun tidak serta pengusaha memberikan apresiasi kepada karyawan sepertimemberikan bonus agar karyawan memiliki motivasi untuk meningkatkan kinerjanya.

Pada dimensi jaminan dan kepastian (*assurance*), pada indikator kemampuan teknis mendapat nilai rata-rata 3,28 pada kriteria jawaban cukup baik. Sebaiknya pemilik toko memberikan pelatihan kepada karyawan yang belum pandai dalam menggunakan alat praga seperti menggunakan kamera maupun menggunakan mesin pencetak photo

Harga Pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar

Berdasarkan hasil kuesioner dan penelitian dapat disimpulkan bahwa harga pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar berkategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,56. Dalam hal ini harga pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar harus lebih murahkan lagi, adapun indikator yang dibawah rata-rata yaitu:

Pada dimensi diskon atau potongan harga untuk indikator diskon tunai pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,32 dengan kriteria jawaban rendah. Sebaiknya pemilik toko memberikg potongan tunai atau diskon tunai kepada konsumen yang melakukan pembelian produk dalam jumlah besar. Pada indikator pemberian diskon pada hari-hari besar memperoleh nilai rata-rata 3,39 dengan kriteria jawaban rendah. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, sebaiknya pemilik toko mengadakan promo diskon kepada konsumen, agar konsumen puas dan meningkatkan penjualan pada toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar.

Pada dimensi cara pembayaran untuk indikator pembayaran melalui fasilitas *electronic data capture* (EDC) pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,40 dengan kriteria jawaban rendah. Sebaiknya perusahaan menambah fasilitas *electronic data capture* (EDC) yang sudah ada, sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan pentransaksian dengan toko.

Brand Image Pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar

Berdasarkan hasil kuesioner dan penelitian dapat disimpulkan bahwa *brand image* pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar berkategori baik dengan nilai rata-rata 3,43. Dalam hal ini harga pada

Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar harus lebih meningkatkan *brand image* atau citra perusahaan lagi, adapun indikator yang dibawah rata-rata yaitu: Pada dimensi citra pembuat (*corporate image*) dengan indikator popularitas Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar dengan kriteria jawaban cukup baik rata-rata jawaban 3,29. Sebaiknya pengusaha lebih meningkatkan popularitas toko melalui iklan di radio ataupun melalui sosial media yang ada serta menawarkan harga yang lebih kompetitif lagi.

Pada dimensi citra pemakai (*user image*) pada indikator kesetiaan konsumen dengan kriteria jawaban cukup baik dengan rata-rata jawaban 3,19. Pada indikator ini harus diperbaiki, seharusnya pemilik toko lebih membuka diri apa yang menjadi keluhan dari konsumen selama ini sehingga konsumen akan lebih setia lagi kepada perusahaan. Pada dimensi citra produk (*products image*) untuk indikator atribut produk yang ditawarkan dengan rata-rata 3,38. Pada indikator ini lebih ditingkatkan lagi seperti memberikan plastik yang bermerek dan berlogo Toko Sinar Bintang Photo, agar konsumen merasa bangga telah memakai dan membeli produk dari toko tersebut.

Kepuasan Konsumen Pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar

Berdasarkan hasil kuesioner dan penelitian dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar berkategori baik dengan nilai rata-rata 3,52. Dalam hal ini harga pada Sinar Bintang Photo Pematangsiantar harus lebih meningkatkan Kepuasan Konsumen melalui berbagai upaya lagi, adapun indikator yang dibawah rata-rata yaitu: Pada dimensi promosi dengan indikator pemberian hadiah yang

ditawarkan Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar berada pada rata-rata 3,37 dengan kriteria jawaban cukup puas. Untuk meningkatkan indeks kepuasan konsumen serta menarik minat konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian di Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar sebaiknya pemilik toko membuat promo yang menarik seperti photo studio 20 inci dapat 1 botol sirup (promo terbatas).

Pada dimensi suasana dengan Indikator tingkat kebisingan pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar berada pada rata-rata 3,33 dengan kriteria jawaban cukup puas. Pada indikator ini perlu ditingkatkan seperti diberikan peredam suara pada toko, sehingga konsumen tidak terganggu pada suara klakson mobil angkot maupun suara musik dari penjual *CD Player*.

⁴³ KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar. Hasil analisis regresi dengan selisih mutlak atau variabel *moderating brand image* mampu memperkuat hubungan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis korelasi kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan positif antara kualitas pelayanan dan harga dengan kepuasan konsumen. Kemudian tinggi rendahnya kepuasan konsumen dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga dan faktor lainnya. Hasil analisis korelasi hubungan *brand image* sebagai variabel *moderating* dengan kepuasan konsumen menunjukkan hubungan yang kuat dan positif antara

kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen yang dimoderasi oleh *brand image*. Kemudian tinggi rendahnya kepuasan konsumen dijelaskan oleh kualitas pelayanan, harga dan *brand image* dan faktor lainnya.

Melalui pengujian hipotesis dengan uji F (uji hipotesis pertama) menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar. Melalui pengujian hipotesis dengan uji t (uji hipotesis kedua) menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar. Melalui pengujian hipotesis uji moderasi dengan metode selisih mutlak (uji Hipotesis ketiga), diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang dimoderasi oleh *brand image*. Dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang dimoderasi oleh *brand image*.

Saran

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar, sebaiknya pemilik usaha memberikan arahan kepada karyawan untuk memberikan perhatian dalam melakukan pelayanan kepada setiap konsumen. Untuk membuat harga yang dapat dijangkau oleh konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen, sebaiknya pemilik Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar memberikan diskon tunai kepada konsumen yang melakukan pembelian produk dalam jumlah besar, agar konsumen merasa puas. Untuk meningkatkan *brand image* Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar, penulis menyarankan sebaiknya Toko Sinar Bintang

Photo Pematangsiantar lebih meningkatkan dalam pemberian kualitas pelayanan, memberikan harga yang terjangkau dan membuat kotak saran, agar konsumen dapat memberikan masukan kepada pemilik apa yang menjadi keluhan konsumen selama ini. Untuk kepuasan konsumen, penulis memberi masukan agar pemilik usaha dapat membeli alat peredam suara, agar konsumen tidak terganggu dengan suara klakson mobil maupun penjual CD *Player*.

DAFTAR PUSTAKA

- Buttle, Francis. 2007. Manajemen Hubungan Pelanggan: Concepts and Tools. Edisi I. Jakarta: Bayumedia Publishing.
- Handoko, Bagus. 2017. Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. 18 (1), 61-72.
- Heri, Sunarso dan Sumaryanto. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Word of Mouth Sebagai Variabel Moderasi di Biro Perjalanan Dewangga LIL HAJJ WAL Umroh Surakarta. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. 17 (April), 138-148.
- Lie, Darwin et al., 2019. *Analysis of Mediation Effect of Consumer Satisfaction on The Effect of Service Quality, Price and Consumer Trust on Consumer Loyalty*. International Journal of Scientific and Technology Research. 8 (8), 421-428.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2. Jakarta: Penerbit: Salemba Empat

²⁹ Normasari, Selvy, Srikandi Kumadji, dan Andriani Kusumawati. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. Jurnal Administrasi Bisnis. 6 (2), 1-9.

Palma, Marisa Arnindita dan Anik Lestari Andjarwati. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen. 16 (1), 84-104.

²⁰ Prasastono, Ndaru dan Sri Yulianto Fajar Pradapa. 2012. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. Jurnal Dinamika Kepariwisata. 11 (2), 13-23.

⁵⁷ Purnamasari, Yulia I. G. A. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Singaraja Tahun 2015. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi. 5 (1), 1-12.

⁵⁶ Saidani, Basrah dan Samsul Arifin. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia. 3 (1), 1-22.

⁸ Sembiring, Inka Janita, Suharyono dan Andriani Kusumawati. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Jurnal Administrasi Bisnis. 15 (1), 1-10.

Susilo, Heri, Andi Tri Haryono dan Moh Mukery W. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandung. Journal of Management. 4 (4), 1-20.

⁴⁰ Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi III. Yogyakarta: ANDI

³⁵ Tjiptono, Fandy 2012. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: ANDI.

⁵⁵ Wijayanto, Kusuma. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank. Jurnal Daya Saing: Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya. 17 (1), 38-45.

Profil Singkat

Chandra Caniago, Lahir di Pematang Asilum, tanggal 08 Januari 1996, lulus dari jurusan Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung pada tahun 2019. **Robert Tua Siregar**, gelar magister Sains diperoleh dari Universitas Sumatera Utara dan lulus pada tahun 2001. Gelar doktor diperoleh dari Universitas Malaya Malaysia dan lulus pada tahun 2011. **Julyanthry**, gelar magister manajemen diperoleh dari Program Magister Manajemen Fakultas Pascasarjana Universitas HKBP Nommensen Medan dan lulus pada tahun 2015. **Grace Endang Pakpahan**, gelar magister manajemen diperoleh dari Program Magister Manajemen Fakultas Pascasarjana Universitas HKBP Nommensen Medan dan lulus pada tahun 2018.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MODERATING

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- | | | |
|---|--|----|
| 1 | Risma Amelia Irani. "PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SIMPATI DI KOTA JAMBI", Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 2020
Publication | 1% |
| 2 | Rikhi Wahyu Nugroho, Dian Triyani, Lulus Prapti N.S.S. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN CAFE RIILFIANS AND BISTRO PATI", Solusi, 2020
Publication | 1% |
| 3 | sultanist.ac.id
Internet Source | 1% |
| 4 | Submitted to Unizin, LLC
Student Paper | 1% |
| 5 | Submitted to Padjadjaran University
Student Paper | 1% |

6	romadonsworld.blogspot.com Internet Source	<1 %
7	Dian Palupi. "KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MEMEDIASI GREEN PROMOTION DAN GREEN PRICE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020 Publication	<1 %
8	Submitted to Hoa Sen University Student Paper	<1 %
9	septian-triadi.blogspot.com Internet Source	<1 %
10	edoc.pub Internet Source	<1 %
11	vdocuments.site Internet Source	<1 %
12	journals.upi-yai.ac.id Internet Source	<1 %
13	ejournal-binainsani.ac.id Internet Source	<1 %
14	Febri Nur Endah Safitri. "Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Persero Tbk KC Madiun", EQUILIBRIUM :	<1 %

Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya, 2018

Publication

15

ejurnalunsam.id

Internet Source

<1 %

16

Submitted to Fakultas Ekonomi, Bisnis dan
Pariwisata

Student Paper

<1 %

17

Farichatun Nisa'. "MANAJEMEN
PENANGGULANGAN BENCANA BANJIR,
PUTING BELIUNG, DAN TANAH LONGSOR DI
KABUPATEN JOMBANG", JKMP (Jurnal
Kebijakan dan Manajemen Publik), 2014

Publication

<1 %

18

Nur Laely, Djunaedi Djunaedi, Dea Rosita.
"Pengaruh Customer Relationship Marketing
dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan :
Studi Konsumen McDonald's Kediri", Ekonika :
Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, 2020

Publication

<1 %

19

Submitted to Sekolah Tinggi Pariwisata
Bandung

Student Paper

<1 %

20

jurnal.pusatsains.com

Internet Source

<1 %

21

Novi Shintia, Muhammad Teguh Nuryadin,
Waldi Anwar. "PENGARUH BRAND IMAGE

<1 %

TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH
PRODUK BNI TAPLUS PADA PT BANK NEGARA
INDONESIA (PERSERO) TBK KANTOR WILAYAH
BANJARMASIN", Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis,
2019

Publication

22

Sulastri Sulastri, Onsardi Onsardi. "Pengaruh Stres Kerja, dan Beban Kerja, terhadap Kinerja Karyawan", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2020

Publication

<1 %

23

Submitted to Universitas PGRI Palembang

Student Paper

<1 %

24

Submitted to Universiti Kebangsaan Malaysia

Student Paper

<1 %

25

ejournal.stkip-pgri-sumbar.ac.id

Internet Source

<1 %

26

purnamiap.blogspot.com

Internet Source

<1 %

27

repository.unair.ac.id

Internet Source

<1 %

28

jurnal.fkip.uns.ac.id

Internet Source

<1 %

29

www.e-journal.stiebinaniaga.ac.id

Internet Source

<1 %

www.sppc2010.org

31

Elly Susanti. "DAMPAK CURRENT RATIO DAN RETURN ON EQUITY TERHADAP TRADING VOLUME ACTIVITY DENGAN PRICE TO BOOK VALUE SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA JAKARTA ISLAMIC INDEX PERIODE 2015 – 2019", JURNAL AKUNIDA, 2021

Publication

<1 %

32

Wawan Anggara, Mukhzarudfa, Tona Aurora L. "Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan LQ 45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017", Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja, 2019

Publication

<1 %

33

journal.unhas.ac.id

Internet Source

<1 %

34

jurnal.unsil.ac.id

Internet Source

<1 %

35

repository.unpar.ac.id

Internet Source

<1 %

36

www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id

Internet Source

<1 %

37

Nurjaya Nurjaya, Nenden Maulida. "TINGKAT KESUKAAN KONSUMEN PADA ATRIBUT BERAS

<1 %

PANDANWANGI MURNI CIANJUR",
AGROSCIENCE (AGSCI), 2018

Publication

38

brage.bibsys.no

Internet Source

<1 %

39

careerkerja.blogspot.com

Internet Source

<1 %

40

digilib.polban.ac.id

Internet Source

<1 %

41

ejournal.umm.ac.id

Internet Source

<1 %

42

journal.ipb.ac.id

Internet Source

<1 %

43

repository.ipb.ac.id

Internet Source

<1 %

44

sorot.ejournal.unri.ac.id

Internet Source

<1 %

45

zbook.org

Internet Source

<1 %

46

Novrida Tambunan. "Pengaruh Budaya Organisasi, Motivasi Kerja, Kepemimpinan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan", Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat, 2019

Publication

<1 %

47

Submitted to Perguruan Tinggi Pelita Bangsa

Student Paper

<1 %

48

ar.scribd.com

Internet Source

<1 %

49

ejournal.uniska-kediri.ac.id

Internet Source

<1 %

50

ejournal.unsri.ac.id

Internet Source

<1 %

51

fr.scribd.com

Internet Source

<1 %

52

ojs.unud.ac.id

Internet Source

<1 %

53

www.inderscienceonline.com

Internet Source

<1 %

54

Herwini Minisa. "Pengaruh Tingkat Pengetahuan Pustakawan Mengenai Kepustakaan Terhadap kualitas Layanan", Jurnal Pari, 2020

Publication

<1 %

55

jurnal.polines.ac.id

Internet Source

<1 %

56

karyailmiah.unisba.ac.id

Internet Source

<1 %

57

Submitted to Universitas Pelita Harapan

Student Paper

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On