

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN GREENSMART KAZA MALL KECAMATAN TAMBAKSARI KOTA SURABAYA

Putri Riskia Aisyah Hafsari<sup>1</sup>, Handy Aribowo<sup>2</sup>  
STIE IBMT Surabaya | Jl.

[putriskiaa@gmail.com](mailto:putriskiaa@gmail.com)<sup>1</sup>, [handy.aribowo@gmail.com](mailto:handy.aribowo@gmail.com)<sup>2</sup>

### Abstrak

Kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Konsumen cenderung loyal ketika mereka merasakan pelayanan yang baik. Selain itu, harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk juga menjadi faktor penentu. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Greensmart Kaza Mall Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh: (1) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Greensmart Kaza Mall Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya. (2) Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Greensmart Kaza Mall Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya. (3) Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Greensmart Kaza Mall Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan pengamatan dan kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Dikarenakan populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus *Lemeshow* dan didapat sampel yaitu berjumlah 96 responden. Hasil penelitian menunjukkan uji F diperoleh  $F_{hitung}$  85,891 nilai signifikan sebesar 0,000 artinya, adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara bersamaan terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) di Greensmart Kaza Mall kecamatan Tambaksari kota Surabaya.

**Kata kunci :** Kualitas Pelayanan, Harga, dan Loyalitas Pelanggan

### Article History

Received: Juli 2024

Reviewed: Juli 2024

Published: Juli 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :  
10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under  
a [Creative Commons  
Attribution-  
NonCommercial 4.0  
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## I. PENDAHULUAN

Di Indonesia bisnis ritel sedang digemari oleh banyak pengusaha sehingga persaingan sangat ketat. Dalam situasi seperti ini, setiap bisnis harus membuat keunggulan unik agar dapat bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan lain dalam industri yang sama. Produk atau jasa yang memiliki kualitas tinggi dan pelayanan yang baik maka hal tersebut akan memunculkan sikap loyalitas pelanggan. Penyediaan barang adalah salah satu upaya agar memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan ritel menjual barang secara langsung kepada pelanggan, baik untuk keperluan pribadi maupun bisnis. Upaya yang dapat dilakukan agar pelanggan menjadi loyal yaitu perusahaan harus memberikan pelayanan yang baik dan harga yang bersaing.

CV GREENSMART ialah perusahaan yang berada dibidang ritel. Perusahaan ini telah berdiri selama lebih dari 10 tahun, saat ini ada 15 outlet Greensmart di seluruh Indonesia dari 3 kota (Sidoarjo, Gresik, Surabaya). Visi CV. Greensmart adalah menjadi pionir pusat belanja kebutuhan rumah tangga dengan harga kaki lima dan kenyamanan bintang lima bagi semua kalangan. Toko Greensmart memberikan variasi produk yang beragam serta layanan dengan kualitas tinggi tetapi harga terjangkau. Toko Greensmart menyediakan berbagai keperluan rumah tangga dari sembako, keperluan dapur, minuman sehari-hari, makanan ringan, permen, dan lain sebagainya. Toko Greensmart dapat disebut sebagai *top of mind* toko yang menjual produk bayi dan susu balita terlengkap dan termurah. Memberikan layanan yang baik dan harga yang bersahabat adalah salah satu dari banyaknya strategi pemasaran yang dapat digunakan. Yang dapat mempengaruhi sikap loyalitas yang dimiliki pelanggan ialah melalui harga dan kualitas pelayanan. Perusahaan dapat meningkatkan sikap loyalitas para pelanggan dengan cara memberi pengalaman berbelanja pelanggan yang menyenangkan, pelanggan akan merasa bahagia ketika berbelanja sehingga dapat menumbuhkan sikap loyalitas para pelanggan. Loyalitas pelanggan memberikan keunggulan bersaing bagi perusahaan karena memiliki nilai strategis. Kualitas pelayanan yang baik juga harus dilaksanakan demi keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Kualitas pelayanan harus menjadi komponen utama perhatian perusahaan karena pelanggan yang puas secara tidak langsung akan menjadi lebih loyal, dapat mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut, dan bahkan dapat memperbaiki reputasi perusahaan. Perusahaan harus memperhatikan dalam mendapatkan sikap loyalitas pelanggan. Dalam mendapatkan loyalitas pelanggan dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian diatas, tujuan penelitian ini yaitu: (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Greensmart Kaza Mall Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya. (2) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Greensmart Kaza Mall Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya. (3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Greensmart Kaza Mall Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya.

## II. METODE PENELITIAN

### Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kaza Mall yang ada Kecamatan Tambaksari Kabupaten Surabaya. Penelitian dilakukan pada Bulan April-Juni 2024

### Metode Penelitian

Untuk melakukan penelitiannya penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, dan menganalisis data secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah dibuat. Penulis memilih metode ini karena sesuai dengan jenis masalah dan data yang mereka gunakan dalam penelitian mereka.

### Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019), cara pengumpulan data dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner dalam bentuk google form. Peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan data. Pada kuesioner diberikan petunjuk pengisian agar responden dapat mengisi jawaban sesuai dengan petunjuk serta arahan yang diberikan oleh peneliti.

### Metode Pengolahan dan Analisis Data

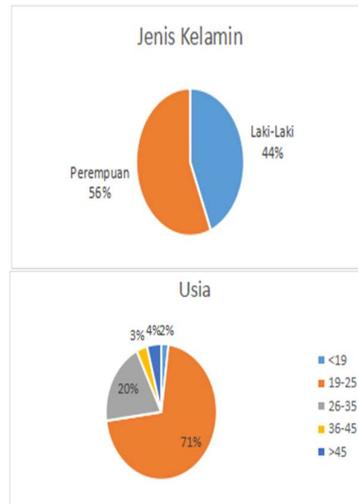
Data yang diperoleh diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif untuk menjelaskan bauran pemasaran dan analisis kuantitatif dengan *skala likert* untuk menentukan loyalitas pelanggan.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Greensmart merupakan perusahaan yang bergerak dibidang retail dengan beberapa konsep toko. Greensmart dan Greens Babyshop menyasar pelanggan dari kalangan menengah ke bawah. Pembukaan outlet baru di Kaza Mall Surabaya pada tanggal 23 September 2021. Sebelumnya Greensmart telah hadir di Surabaya Barat, namun ini adalah pertama kali mereka memperluas kehadiran ke pusat perbelanjaan di Surabaya Timur.

### A. Karakteristik Responden

Karakteristik responden ini digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin dan usia. Jumlah responden yang diteliti dan dianalisis dalam penelitian ini yaitu berjumlah 96 orang responden. Gambaran tentang karakteristik responden diperoleh dari data diri yang terdapat pada kuesioner penelitian. Dengan adanya data ini, diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai responden.



Sumber : Olah data Kuisioner (2024)

Berdasarkan grafik diatas dapat dianalisis dimana terdapat total 96 responden. Dimana perempuan sebanyak 56,25% dengan jumlah 54 responden, sedangkan laki-laki sebanyak 43,75% atau dengan jumlah 42 responden. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas adalah responden berjenis kelamin perempuan adalah konsumen Greensmart Kaza Mall. Dan dapat dianalisis berdasarkan kelompok umur yang memiliki jumlah terbanyak adalah usia 19-25 tahun dengan jumlah 68 responden (70,83%). Sedangkan, kelompok umur yang memiliki jumlah terendah adalah usia <19 tahun dengan jumlah 2 responden (2,08%). Maka dapat disimpulkan bahwa kelompok responden konsumen Greensmart Kaza Mall yang paling dominan yaitu usia 19-25 tahun.

## B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Masyarakat Pada Konsumen Greensmart Kaza Mall Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya.

Kualitas pelayanan merupakan dasar utama untuk mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen. Perusahaan dapat dianggap baik jika mampu menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-1.803	2.155			
	TOTAL_X1	.414	.081	.434	5.118	.000
	TOTAL_X2	.516	.099	.442	5.207	.000

a. Dependent Variable: Total Y

Berdasarkan Tabel 1 maka dapat diketahui bahwa nilai SIG dri variabel Kualitas Pelayanan (X1) yaitu  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $5,118 > 1,986$  maka kesimpulannya yaitu terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.

### C. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Masyarakat Pada Konsumen Greensmart Kaza Mall Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya.

Harga juga memiliki dampak besar terhadap loyalitas pelanggan. Ketika harga produk atau layanan sesuai dengan nilai yang diberikan, konsumen cenderung merasa puas dan bersedia untuk kembali membeli. Harga yang terjangkau dan sepadan dengan kualitas pelayanan dapat membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.803	2.155		-.836	.405
TOTAL_X2	.516	.099	.442	5.207	.000
TOTAL_X1	.414	.081	.434	5.118	.000

a. Dependent Variable: Total\_Y

Berdasarkan Tabel 2 hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap variabel (Y) berarti bahwa setiap kenaikan 1 unit variabel (X1) maka akan menambah nilai (Y) sebesar 0,516

### D. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Masyarakat Pada Konsumen Greensmart Kaza Mall Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya.

Kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Pelanggan sering melihat faktor-faktor ini saat memutuskan apakah mereka tertarik dengan produk tertentu sebelum melakukan pembelian.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 <sup>a</sup>	.649	.641	2.114

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X2, TOTAL\_X1

Berdasarkan Tabel 3 maka dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,649 atau 64% yang menggambarkan bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 64% dan sisanya 36% dipengaruhi oleh variabel lain.

## IV. KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada Greensmart Kaza Mall Kecamatan Tambaksari kota Surabaya. Hal tersebut disebabkan oleh kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Greensmart sesuai dengan keinginan konsumen. Begitupula Harga juga berpengaruh secara

parsial terhadap loyalitas pelanggan pada Greensmart Kaza Mall Kecamatan Tambaksari kota Surabaya. Hal tersebut dibuktikan oleh konsumen bahwa produk yang dijual Greensmart memiliki harga yang terjangkau.

## SARAN

Diharapkan pihak Greensmart Kaza Mall memperhatikan kualitas pelayanan terutama dari segi indikator dari kualitas pelayanan yaitu diantaranya: a) keandalan, misalnya meningkatkan dalam hal pelayanan dalam menangani masalah yang cepat. b) jaminan, misalnya memastikan ketersediaan produk di toko. c) wujud layanan, misalnya adanya layanan pengiriman produk kepada pelanggan, baik melalui kurir internal maupun pihak ketiga. Untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan yang tidak dapat datang ke outlet. d) Perhatian, misalnya memperhatikan kesejahteraan dan kebahagiaan karyawan. e) mengadakan demonstrasi produk secara langsung di toko.

## V. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada konsumen Greensamrt Kaza Mall Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya yang telah memberikan informasi mengenai Greensmart Kaza Mall, serta telah bersedia menjadi responden dalam penelitian. Terimakasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing yang telah membimbing selama penyusunan jurnal.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

Ghozali, I. 2016. *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Setyawan, Aditya, and Citra Rizkiana. 2022. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Study Pada Fotocopy Lancar Baru Semarang*.

Safira, Nabilla Dwi. 2023. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasam Konsumen Pada Mie Gacoan Kota Pasuruan*.

Sejati, Bayu Sutrisna Aria, and Yahya Yahya. 2016. *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada starbucks*.

Hulima, Jihan SP, Djurwati Soepono, and Maria VJ Tielung. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado*.

Rooroh, Agnes Ramey, and Jeffrio Manengkey. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Terios Pada PT Astra Internasional Tbk Cabang Malalayang Manado*.

*Maulida, Alfiatul. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zafi Studio Di Mangaran Situbondo.*

*Susilo, Heri, Andi Tri Haryono, and Moh Mukeri.2018. Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, promosi, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening di Hotel Amanda Hills Bandungan.*

*Sabilulhuda, Muhamad Irfan. 2023. Pengaruh Citra Merek, Customer Exprience, Dan Hambatan Berpindah Loyalitas Pelanggan.*

*Samara, Aldi, and Metta Susanti. 2023. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma.*

*Mirawati, Elda. 2021. Pengaruh kualitas produk dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian masyarakat pada WYD (Wear Your Design) Distro Palangka Raya. Diss. IAIN Palangka Raya.*

*Abdullah, Abdullah, and M. Rizan. 2017. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Alakasa Extrusindo.*

*Rizka Chusnul Muna, Rizka Chusnul Muna. 2022. Skripsi Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce Lazada (Studi Kasus mahasiswa Unisbank Kampus II Semarang).*

*Sulistiyo, Rahmat.2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Konsumen Indomaret Babarsari Yogyakarta).*

*Nugroho, Untung. 2018. Metodologi penelitian kuantitatif pendidikan jasmani. Penerbit CV. Sarnu Untung.*

*Noor, Juliansyah. 2011. Metodologi penelitian. Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group.*

*Saputra, Aldika, dan Parwoto. 2020. Pengaruh Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Karangmas Unggul Bekasi.*