

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN PEMASANGAN WALLPAPER TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CV. GARUDA MAS JAYA BANJARMASIN

Muhammad Syamsul Gunawan¹, Dwi Wahyu Artiningsih,², Lamsah³

¹Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, Fakultas Studi Islam, Program Studi Manajemen

E-mail: muhammadsyamsulgunawan@gmail.com

ABSTRAK

Muhammad Syamsul Gunawan, 2022, Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pemasangan Wallpaper di CV. Garuda Mas Jaya Banjarmasin, Pembimbing I : Dr. Dwi Wahyu Artiningsih, Pembimbing II : Hj. Lamsah.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pemasangan wallpaper DI CV. Garuda Mas Jaya Banjarmasin.

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif jenis metode exposed facto. Populasi berjumlah 968 orang konsumen dengan teknik pengambilan sampel aksidental sampling maka sampel penelitian ini berjumlah 91 orang. Teknik pengambilan sampel dengan kuesioner dengan analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, uji F, uji t, dan uji determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pemasangan wallpaper DI CV. Garuda Mas Jaya Banjarmasin. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pemasangan wallpaper DI CV. Garuda Mas Jaya Banjarmasin. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pemasangan wallpaper DI CV. Garuda Mas Jaya Banjarmasin.

Saran penelitian ini adalah dapat lebih memperhatikan kepuasan konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan produk kepada mereka.

Kata Kunci: harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

ABSTRACT

Muhammad Syamsul Gunawan, 2022, The Influence of Price and Service Quality on Consumer Satisfaction with Wallpaper Installation on CV. Garuda Mas Jaya Banjarmasin, 1st Advisor : Dr. Dwi Wahyu Artiningsih, 2nd Advisor : Hj. Lamsah, SE., MM.

So far, what has happened is that the problem of consumer satisfaction when given services is still lacking, especially in terms of when they are offered wallpaper products. The complaint was due to several things, namely from an improper installation method, then spilled glue on the floor of the consumer's house and sometimes the workers were not friendly to consumers and there were workers who did not work well and according to the SOP or targets of the company. This is the background of this customer satisfaction problem that needs to be investigated. Because the price of expensive wallpapers and their installation needs to be considered and observed so as not to harm consumers. The purpose of this study was to analyze the effect of price and service quality on consumer satisfaction of installing wallpaper in CV. Garuda Mas Jaya Banjarmasin. This research method uses the type of research is quantitative research with the type of exposed facto method. The population amounted to 968 consumers with the sampling technique of accidental sampling, the sample of this study amounted to 91 people. Sampling technique with a questionnaire with data analysis using multiple linear regression test, F test, t test, and test of determination.

The results showed that there was a partial price that had a significant effect on consumer satisfaction in installing wallpaper in CV. Garuda Mas Jaya Banjarmasin. Service quality partially has a significant effect on consumer satisfaction in installing wallpaper in CV. Garuda Mas Jaya Banjarmasin. Price and quality of service have a significant effect simultaneously on consumer satisfaction of installing wallpaper in CV. Garuda Mas Jaya Banjarmasin.

Keywords: price, service quality, customer satisfaction

Proses pengacuan penetapan harga dapat dibantu melalui survei pasar lebih lanjut apakah produk wallpaper memiliki harga sesuai dengan kualitas, sesuai dengan manfaat dan lebih kompetitif dibandingkan dengan pesaing dan penentuan harga agar lebih tepat sasaran dengan melakukan survey karakter konsumen seperti apakah harga yang diajukan untuk merebut pasar maka dengan penawaran harga rendah demi merebut pasar, dalam posisi masih untuk promosi dengan maksud mendorong penjualan produk, dan sebagainya.

2. Bagi Pihak Manjerial bahwa hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen

Kualitas pelayanan mempunyai peranan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen dalam pembelian maka perusahaan perlu meningkatkan produknya. Kualitas produk sebagai unsur kepuasan pelanggan, pentingnya Manajemen untuk memperhatikan ketujuh faktor yang ada untuk diterapkan yaitu performa produk, fitur,kesesuaian, kehandalan, daya tahan,pelayanan dan persepsi konsumen terhadap kualitas dan menganalisis kembali apakah kualitas yang diberikan saat ini sudah maksimal sehingga konsumen merasa puas terhadap pemasangan wallpaper.

Kaulitas pelayanan yang baik pada konsumen akan membuat konsumen tersebut lebih memilih tempat tersebut dalam membeli wallpaper sehingga mereka dapat memberikan pelayanan yang baik pada konsumen. Hal ini memberikan implikasi pada perusahaan sehingga dapat membuat bertahan dengan baik.

4. Keterbatasan Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa

1. Variabel yang diteliti hanya pada harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Tidak menggunakan observasi dalam penelitian, karena keterbatasan waktu dalam penelitian. Respoden yang ditemui terkadang harus didatangi ketempatnya.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa

1. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pemasangan wallpaper DI CV. Garuda Mas Jaya Banjarmasin
2. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pemasangan wallpaper DI CV. Garuda Mas Jaya Banjarmasin.
3. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pemasangan wallpaper DI CV. Garuda Mas Jaya Banjarmasin.

B. Saran-Saran

Dari hasil kesimpulan maka dapat disarankan

1. Bagi perusahaan sebagai bahan masukkan dalam memperhatikan masalah kepuasan konsumen terutama dalam meningkatkan profit perusahaan dan kepercayaan konsumen pada perusahaan
2. Bagi karyawan sebagai bahan pertimbangan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik sehingga konsumen menjadi loyal serta percaya kepada pekerjaan karyawan.

REFERENSI

- Adil, Maikul. 2012. The Influence Of Brand Image On Sales. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(4), pp: 3552-3556.
- Akbar, Adam. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba, *Jurnal Managemen Pemasaran*. 3, 16-19.
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Bastian, Indra. 2014. *Akuntansi Sektor Publik: Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Bayu dan Nyoman (2013) Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung di Kota Semarang menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap minat beli.
- Boone, Louis E. Kurtz, David L. 2010. *Pengantar Bisnis Kontemporer*, buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Brachmanto (2010) Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Telkom Flexy Classy menunjukkan bahwa variabel brand image berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli.
- Cipto, Bambang. 2011. *Hubungan Konsumen Dengan Perusahaan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Dadang, Munandar. (2011). *E-Business*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Desi (2009) tentang Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Telkom Speedy di Kota Semarang menunjukkan bahwaIklan berpengaruh positif terhadap minat beli dan citra merek tidak berpengaruh terhadap variabel minat beli.

- Durianto, Darmadi. (2001). Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Engel, et al. (2000). Consumer Behaviour. Mason: Permissions Department, Thomson Business and Economics.
- Ferdinand, Augusty . 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen.
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustyna Manurung, (2012). Pengaruh Harga, Kualitas, Citra Merek Terhadap keputusan Pembelian Notebook Acer Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara, Sumatra. Jurnal Manajemen. Vol. 13.2013.
- Handoko, Tani. 2012. Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Harini. 2008. Perhitungan Var Portofolio Saham. Menggunakan Data Historis Dan Data Simulasi Monte Carlo
- Hasan, M. Iqbal.2013. Pokok-Pokok Materi Statistik 1(Statistik Deskriptif). Edisi. Kedua. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Himawan, Adrian Hira. (2016), Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Notebook Acer. Surabaya.
- Istijanto, M.M.,M.Com. 2012. Riset Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT. Gramedia. Pustaka Utama
- Kevin Lane Keller. 2013, Manajemen Pemasaran, Edisi. Kedua Belas,. Jilid 1, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. (2011). Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. (2010). Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2010). Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2. Jakarta: PT Renhallindo.
- Lembang, Rosvita. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga,. Promosi, dan Cuaua terhadap Keputusan Pembelian Teh siap Minum.
- Lupiyoadi Rambat, 2011. Manajemen Pemasaran Jasa (teori dan praktik). Jakarta: Salemba Empat.
- Lyonita, Telly., Dyah Budiastuti. 2012. Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen Pada PT. Telkom Jakarta Selatan (Produk Speedy). Disertasi Doktor Bina Nusantara, Jakarta..
- Moleong, Lexy J. (2001). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nafillah, ST. (2012). Analisis Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. Makassar. Jurnal Repository UNHAS. Vol. 21.2013
- Nani, Siburian, Asnawati (2011) tentang Pengaruh Iklan, Brand Trust, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen WiGo 4G WiMax Di Kota Balikpapan menunjukkan bahwa varaiabel iklan, brand trust, dan brand image berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli.
- Praba Sulistyawati. (2010). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kulaitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Dikota Semarang, Semarang.
- Pujadi, Bambang. 2010. Studi Tentang Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Melalui Sikap Terhadap Merek pada Merek Pasta Gigi Ciptadent di Semarang. Tesis S2. Program Studi Magister Manajemen Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.
- Rahman. M.S. 2012. Handbook of Food Processing Design Volume. 2. Wiley. USA. Akesowan,
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sangaji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. Metodologi Penelitian. Yogyakarta: ANDI.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Schiffman, Leon G dan Leslie L. Kanuk. (2008). Consumer Behaviour. Edisi ke-7. New York: Prentice Hall
- Setiadi, Nugroho. (2003). Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran, Edisi 1. Bandung: Penerbit Prenada Media.
- Setiadi, Nugroho. (2010). Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Simamora. (2001). Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Edisi pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Stanton, William J. 2007. Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Sadu Sundaru. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND. Bandung : Alfabeta.
- Sukotjo, Ibnu. 2010. Pengantar Bisnis Modern, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty,
- Sulistiyari. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek,Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba.
- Sunyoto, D. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : CAPS.

- Swastha, Basu dan Irawan. 2009. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu. 2011. Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan, Yogyakarta: BPFPE.
- Tanjung A, Juhan. (2013). Pengaruh Harga, Merek dan Personalitas Merek Terhadap Preferensi Merek Pada Laptop Hewllet Packard (HP). Yogyakarta. Jurnal Manajemen Pemasaran. 3.12.003
- Tjiptono, Fandy, 2012. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta: ANDI: Offset.
- Vera Agusta Mei Utami, (2016), Pengaruh Kualitas produk Harga dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian, STIESIA Surabaya. Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi. Vol. 12. 2016.