

**ANALISIS HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA  
PT TIGARAKSA SATRIA TBK MEDAN****Sandhy Fialy Harahap<sup>1</sup>, Syati Manaharawan Siregar<sup>2</sup>**<sup>1</sup>Universitas Haji Sumatera Utara, Medan, Indonesia<sup>2</sup> Universitas Haji Sumatera Utara, Medan, IndonesiaEmail: [sandhifialy94@gmail.com](mailto:sandhifialy94@gmail.com), [Syatimanaharawan@gmail.com](mailto:Syatimanaharawan@gmail.com),**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Tiga Raksa Satria Tbk medan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan mempergunakan pendekatan normatif ( *legal research* ) untuk mendapatkan data *skunder* dan pendekatan empiris ( *yuridis sosiologis* ), untuk memperoleh data *primer* melalui penelitian lapangan ( *field research* ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh harga , kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Tigaraksa Satria Tbk. medan, dan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut: Pertama, pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan yang dimana artinya apabila harga membaik maka loyalitas pelanggan juga akan membaik. Kedua, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan yang dimana artinya apabila kualitas pelayanan meningkat maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat. Ketiga, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan yang dimana artinya apabila kepuasan pelanggan meningkat maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat. Ke empat, pengaruh secara keseluruhan harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh positif yang dimana artinya apabila ketiga variabel bebas terus di tingkatkan maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat. Untuk itu diharapkan kepada PT. Tigaraksa satria Tbk. medan dalam hal memperbaiki loyalitas pelanggannya agar lebih memperhatikan lagi tentang masalah harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggannya. Agar terciptanya loyalitas pelanggan yang baik di PT. Tigaraksa Satria Tbk. Medan.

**Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan pelanggan dan Loyalitas Pelanggan**

### Abstrak

*This study aims to analyze how much influence price, service quality and customer satisfaction have on customer loyalty at PT. Tiga Raksa Satria Tbk Medan. This study uses a quantitative descriptive method using a normative approach (legal research) to obtain secondary data and an empirical approach (juridical sociological), to obtain primary data through field research (field research). The results showed that the effect of price, service quality and customer satisfaction on customer loyalty at PT. Tigaraksa Satria Tbk. Medan, and based on the research results are as follows: First, the effect of price on customer loyalty has a positive and significant effect, which means that if prices improve, customer loyalty will also improve. Second, the effect of service quality on customer loyalty has a positive and significant effect, which means that if service quality increases, customer loyalty will also increase. Third, the influence of customer satisfaction on customer loyalty has a positive and significant effect, which means that if customer satisfaction increases, customer loyalty will also increase. Fourth, the overall effect of price, service quality and customer satisfaction on customer loyalty has a positive effect, which means that if the three independent variables continue to be increased, customer loyalty will also increase. For this reason, it is hoped that PT. Tigaraksa satria Tbk. Medan in terms of improving customer loyalty to pay more attention to issues of price, service quality and customer satisfaction. In order to create good customer loyalty at PT. Tigaraksa Satria Tbk. Meda*

**Keywords:** *Price, Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty Customer*

### PENDAHULUAN

Menurut (Kotler & Armstrong, Dasar - Dasar Pemasaran et.al, 2016) Faktor utama dalam menentukan kepuasan pelanggan diantaranya: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya. Harga dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dan loyalitas konsumen berhubungan erat dengan keuntungan yang akan di dapat oleh perusahaan, karena dengan harga dan kualitas pelayanan yang memenuhi preferensi konsumen akan mengikat konsumen sehingga perusahaan tersebut tertanam dalam benak konsumen, hal ini tentunya menguntungkan bagi pihak perusahaan karena konsumen dapat melakukan promosi secara tidak langsung kepada teman, keluarga ataupun kepada orang lain untuk mengkonsumsi produk atau jasa dari tersebut apabila pelanggan tersebut merasa puas dengan pelayanan perusahaan

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono etal.2017) Metode kuantitatif adalah : “Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode pasitivistik karena berlandasan pada filsafat positivisme.Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna produk PT Tigaraksa Satria Tbk. Medan. sampel yang di gunakan pada penelitian ini adalah pengguna produk PT. Tigaraksa Satria Tbk. Medan, yaitu sebanyak 46 perusahaan. Tehnik analisis data yang di gunakan pada penelitian ini adalah analisis linier berganda karena penelitian ini dirancang untuk mengetahui arah, pengaruh dan kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari hasil penelitian bahwa  $H_0$  di tolak, yang artinya bahwa harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di PT. Tigaraksa Satria Tbk. Medan sebesar 99,7 %

### 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

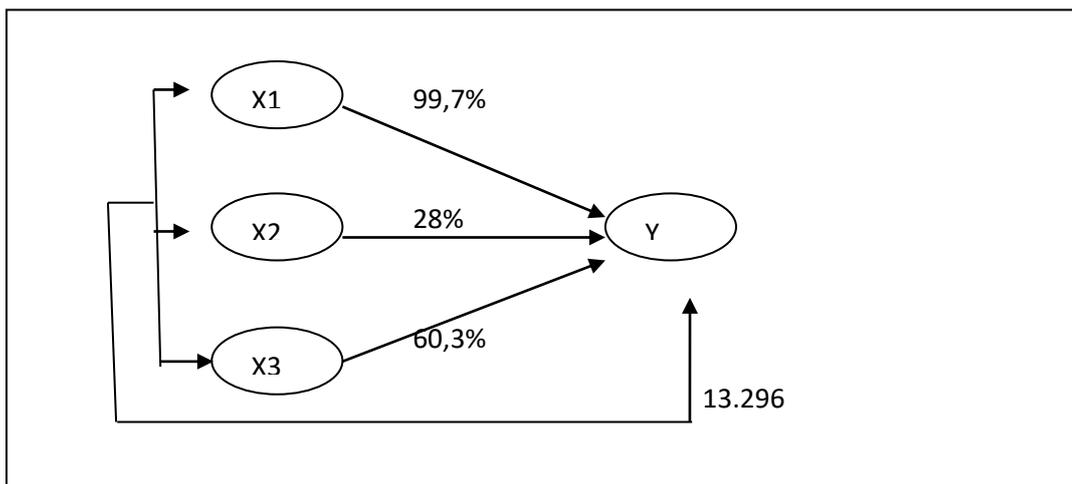
Dari hasil penelitian bahwa  $H_0$  di tolak, yang artinya bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Tigaraksa Satria Tbk. Medan sebesar 28%.

### 3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari hasil penelitian bahwa variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Tigaraksa Satria Tbk. Medan sebesar 60,3%

### 4. Pengaruh secara simultan variabel Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari hasil penelitian didapatkan  $H_0$  ditolak yang dimana artinya ada pengaruh dari variabel Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Tigaraksa Satria, Tbk. Medan



Gambar 4.7 Pengaruh Secara Keseluruhan

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah di bahas pada bab terdahulu, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga dengan variabel Loyalitas pelanggan

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel loyalitas pelanggan
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan antara variabel harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Tigaraksa satria Tbk. Medan.

## REFRENSI

- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Almasdi, & Jusuf, S. (2012). *spek Sikap Mental Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Syiar Media .
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Buchari Alma., (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jas*. Bandung, Alfabeta.
- Djadjuli, M., & Juanda, H. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Distributor terhadap Kepuasan Konsumen Pengecer pada Perusahaan *Consumer Goods* (studi pada PT. Tigaraksa Satria, Tbk Kota Cirebon). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 13(2), 127-133.
- Engel, B., & Miniard. (2012). *Consumer Behavior*. Singapore: Cengage Learning Asia pte ltd.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goetsch, D. L., & Davis, d. S. (2012). *Pengantar Manajemen Mutu*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Grewal, D., & Levy, M. (2014). *Marketing, Fourth Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Hurriyati, R. (2014). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Dasar - Dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketin*. Jakarta: Erlanga.
- Kotler, P., & Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lewis, & Boom. (2012). *Service, Quality & Satisfaction*. Jakarta: Penerbit Andi.
- Lovelock, Christopher, Patterson, P. dan Writz, J. (2015). *Service Marketibf: An Asian Pacific and Australian Perspective, Sixth Edition*, Pearson, Australia.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mullins, J. W., & Orville C. Walker, J. (2013). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*., McGraw-Hill: International Edition.
- Mursid. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Noorhayati. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Indosat. *Jurnal Ekonomi STIEP (JES)*, 1(1), 1-6.

- Nugraha, Y. C. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan (Studi pada Konsumen Circle-K). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(1).
- Saladin, D. (2015). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Selang, C. A. (2013). auran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Freshmart Bahu Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 71-80.
- Sugiyono. (2012). *Metode 81 itatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Surya, A., & Setiyaningrum, A. (2009). Analisis Persepsi Konsumen pada Aplikasi Bauran Pemasaran Serta Hubungannya terhadap Loyalitas Konsumen (Studi kasus pada Hypermart Cabang kelapa Gading). *Journal of Business Strategy and Execution*, 13(39).
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyudi, S. (2012). *Entrepreneurial Branding and Selling*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wibawa, P. T., Farida, N., & Listyorini, S. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan PT Matahari Silverindo Jaya Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4), 185-190.
- Wijoyo, S. (2014). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Kencana.
- Yuliarini, & Riyasa. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Telekomunikasi. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(3).