

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN PADA QUEENSTREETSTORE

Leni Kurnia Dewi
lenikurniaaa99@gmail.com
Anindhyta Budiarti

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

A satisfaction is a pleasant or unpleasant feeling which feeling which exists after comparing the expected performance (or the result). The customer satisfaction needs to impact the product quality and the price in order to achieve the customer's loyalty. This study aims to find out the impact of the product quality and the price toward the customers satisfaction of the Queenstreetstore. The type of this research is quantitative. The study applies the purposive sampling for collecting the samples, which is determining the samples with certain considerations. By applying the slovin, there are 96,72 samples of this study which are rounded into 100 respondents. This analysis applies the path analysis with SPSS. The result of this study shows that the product quality gives insignificant impact to the customer's satisfaction. The price give positive and significant impact to the customer's satisfaction. The product quality does not give significant and positive impact to the customer's loyalty. The price gives positive and significant impact to the customer's loyalty. The product quality does not give significant and positive impact to the customer's loyalty through the customer's satisfaction. The customer's satisfaction gives positive and significant impact to the customer's loyalty

Keywords: *the product quality, the price, the customer's satisfaction, the customer's loyalty.*

ABSTRAK

Queenstreetstore adalah sebuah butik yang dominan menjual pakaian seperti baju dan celana untuk kaum perempuan remaja hingga dewasa dengan model yang kekinian dan model-model yang sedang *trend* di kalangan remaja milenial, hingga saat ini Queenstreetstore tidak hanya menjual produk pakaian saja melainkan produk tas, sepatu hingga aksesoris seperti kacamata dan lain-lain. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampling pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dengan perumusan *slovin* terdapat hasil untuk menentukan jumlah sampel, pada penelitian ini terdapat hasil penentuan jumlah sampel sebesar 96,72 dan dibulatkan menjadi 100 responden. Analisis penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan program SPSS. Kesimpulan pada penelitian ini menghasilkan adanya pengaruh kualitas produk yang tidak signifikan dengan kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

PENDAHULUAN

Pada era saat ini, dunia industri fashion semakin berkembang pesat dalam mengikuti arus modernisasi yang ada di Surabaya bahkan dipenjuruk dunia. Fashion meliputi beberapa produk seperti tas, sepatu, pakaian, aksesoris dan lain sebagainya. Fashion di bidang pakaian lebih banyak digemari karena produk tersebut dapat berubah model dan gayanya secara cepat menurut perkembangan zaman, serta produk pakaian lebih diminati masyarakat dibandingkan produk tas, sepatu, aksesoris serta produk lainnya.

Salah satu store fashion retail yang sedang ramai di Surabaya adalah Queenstreetstore, dengan store utamanya yang terletak di Jl. Karang Empat Besar No.163-165 Surabaya, Jawa Timur. Queenstreetstore adalah sebuah butik yang dominan menjual pakaian seperti baju dan celana untuk kaum perempuan remaja hingga dewasa dengan model yang kekinian dan model-model yang sedang trend di kalangan remaja milenial, hingga saat ini Queenstreetstore tidak hanya menjual produk pakaian saja melainkan produk tas, sepatu hingga aksesoris seperti kacamata dan lain-lain. Berdirinya usaha tersebut berawal dari pemilik (owner) yang bernama Rosyidah Dwi Rahmah 25 tahun. Queenstreetstore memiliki keunggulan yang berbeda dibandingkan dengan pesaingnya yaitu Pinneapleshobby. Adanya hasil penelitian yang menyatakan dan menegaskan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan terdapat pada hasil penelitian dari Nadia et al (2018), Rahmiati (2012), Rivai (2017), Erwin et al (2016). Beberapa ulasan tentang kualitas produk Queenstreetstore guna untuk memperoleh kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan yang ditunjukkan pada tabel 1, sebagai berikut:

Tabel 1
Kualitas Produk yang dimiliki Queenstreetstore

No.	Jenis Produk	Kualitas Bahan
1.	<i>Abstact Belt Tunic (Dress)</i>	a. Bahan terbuat dari Katun b. Bahan tidak terawang c. Kainnya halus dan dingin saat dipakai.
2.	<i>Linen Culotte Pants (Celana)</i>	a. Bahan Linen b. Terdapat kancing dan resleting c. Pinggang belakang karet d. Bahan kainnya halus, tidak terawang dan tidak panas saat dipakai.
3.	<i>Outer Lacey Bangkok (Outer)</i>	a. Bahan kain Lace b. Bahannya halus dan dingin c. Memiliki dua warna yaitu hitam dan putih yang sangat <i>elegant</i>
4.	<i>Rainy Tie Die Shirt (Kemeja)</i>	a. Bahan terbuat dari kain katun rayon b. Bahan kainnya tebal, nyaman saat dipakai c. Cocok dipakai saat musim panas karena kainnya yang dingin dan bahannya yang lembut.
5.	<i>Yellow Jacket Oversize Tumblr Tee (Kaos)</i>	a. Bahannya kain 100% Katun (<i>cotton</i>) b. Bahannya lembut dan dapat menyerap keringat.

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 1 terdapat kualitas produk yang diberikan Queenstreetstore bukanlah kualitas produk yang sembarangan dan sangat diperhatikan dalam detail produk serta bahan yang digunakan. Terdapat hasil penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan, hasil penelitian dari Andreas (2016), Bagus (2013), Rosi (2014). Berikut perbandingan harga antara Queenstreetstore dengan pesaingnya yaitu Pineappleshobby pada Tabel 2, sebagai berikut:

Tabel 2
Perbandingan Harga Produk Queenstreetstore yang serupa dengan Pineappleshobby

No.	Jenis Barang	QueenStreetStore	Pineappleshobby
1.	<i>Dress</i>	Rp 110.000,-	Rp 115.000,-
2.	Kemeja	Rp 89.000,-	Rp 95.000,-
3.	Jaket Jeans	Rp 130.000,-	Rp 125.000,-
4.	Kaos	Rp 45.000,-	Rp 48.000,-
5.	Celana Jeans	Rp 120.000,-	Rp 120.000,-
6.	Rok	Rp 110.000,-	Rp 130.000,-
7.	<i>Long Cardigan</i>	Rp 110.000,-	Rp 110.000,-

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan data diatas menjabarkan kurang lebihnya jenis barang yang sama antara Queenstreetstore dengan pesaingnya yaitu Pineappleshoppy dengan kisaran harga yang tidak berbeda jauh namun memiliki sistem pasca-pembelian yang berbeda. Namun pada 3 tahun terakhir Queenstreetstore mengalami penurunan penjualan cukup drastis, pada tahun 2018 omset sebesar Rp 1,7 M, tahun 2019 Rp 2,1 M, tahun 2020 omset menurun hingga Rp 660 juta. Pada penelitian terdahulu juga membuktikan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan, terdapat pada hasil penelitian dari Masruchin (2017), Citra (2019), Irawan (2014).

Berdasarkan uraian latar belakang yang dijelaskan penulis diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Queenstreetstore? (2) Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Queenstreetstore? (3) Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Queenstreetstore? (4) Apakah Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Queenstreetstore? (5) Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan pada Queenstreetstore? (6) Apakah Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan pada Queenstreetstore? (7) Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Queenstreetstore?. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah pada penelitian diatas, maka terdapat tujuan yang akan dicapai adalah sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Queenstreetstore. (2) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Queenstreetstore. (3) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Queenstreetstore. (4) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Queenstreetstore. (5) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan pada Queenstreetstore. (6) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan pada Queenstreetstore. (7) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Queenstreetstore.

TINJAUAN TEORITIS

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:253) mendefinisikan kualitas produk adalah ciri-ciri dari suatu produk atau jasa yang diembannya kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2013) mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan sebagai nilai tukar pada produk atau jasa, atau keseluruhan nilai yang dapat ditukarkan untuk dapat menggunakan manfaat dari produk atau jasa tersebut.

Kepuasan Pelanggan

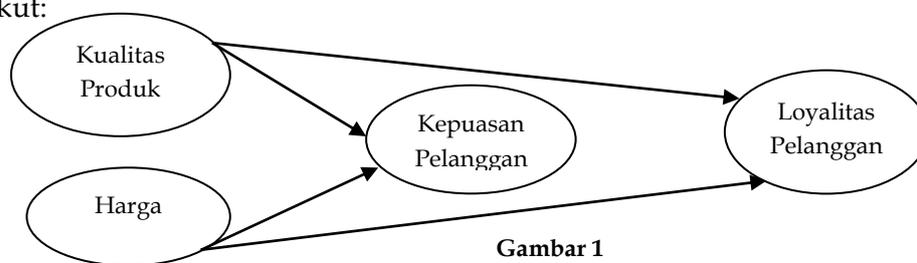
Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan adalah suatu fungsi kedekatan antara harapan dan kinerja terhadap anggapan suatu produk.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2013) loyalitas merupakan pemenuhan harapan konsumen, sedangkan ekspektasi sendiri berasal dari pengalaman pembelian terdahulu oleh konsumen, opini dari teman dan kerabat, janji atau informasi dari pemasar atau pesaing.

Rerangka Konseptual

Rerangka konseptual dapat digunakan sebagai pemahaman lebih terhadap variabel-variabel yang terdapat pada judul penelitian sekarang, pada rerangka konseptual kali ini digunakan sebagai gambaran terhadap variabel-variabel pada penelitian yang variabel independennya adalah Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) dan variabel interveningnya adalah Kepuasan Pelanggan (Z) dan Loyalitas Pelanggan (Y) sebagai variabel dependen. Pada uraian diatas dapat digambarkan kerangka konseptualnya pada gambar 1, sebagai berikut:



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Faktor terpenting dalam timbulnya rasa puas konsumen adalah kualitas produk yang efisien, menarik dan mementingkan kualitas yang terbaik. Apabila kualitas produk tidak diutamakan maka konsumen dapat kecewa dengan produk tersebut. Dari pernyataan tersebut terdapat penelitian yang mendukung pada penelitian ini adalah pada penelitian Ida et al (2018), Lestari et al (2016), Afnina et al (2018), Olivia (2020), dan Hardin (2019). Penelitian-penelitian tersebut membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, apabila pelanggan senang maka mereka akan puas terhadap produk yang telah dibeli.

H1: Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Queenstreetstore.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan dimana ukuran harga dan penetapan harga yang dikeluarkan pelanggan setimpal dengan apa yang pelanggan harapkan dan diinginkan serta kesanggupan atas kemampuan pelanggan (Nandaharapsari, 2015). Kesimpulannya bahwa harga sangat berpengaruh dalam kepuasan pelanggan, harga yang ditukar dengan suatu produk dan menghasilkan manfaat yang baik setelah digunakan maka pelanggan akan senang. Berikut terdapat penelitian yang mendukung bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, penelitian dari Setyowati et al (2016), Ksatriyani (2019), dan Citra (2019). Dari penelitian tersebut dapat membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H2: Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Queenstreetstore.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Loyalitas merupakan tanggapan para konsumen setelah melakukan pembelian, apabila konsumen tersebut puas terhadap suatu produk maka konsumen tersebut menjadi senang dan akan melakukan pembelian secara berulang dan terciptanya kesetiaan terhadap produk tersebut. Penelitian yang mendukung variabel tersebut terdapat pada hasil penelitian Caesar (2016), Edy et al (2018). Terdapat pada konsep produk, apabila seorang konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas terbaik, kinerja dan ciri-ciri terbaik.

H3: Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Queenstreetstore

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Menurut Tjiptono (2011) menyatakan bahwa harga dapat memiliki hubungan yang erat dalam menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan, dalam jangka panjang. Sehingga disimpulkan bahwa harga memiliki hubungan yang erat dengan loyalitas pelanggan. Penelitian yang mendukung pernyataan tersebut terdapat pada hasil penelitian Merinda et al (2016), Novia (2020), Risky (2011), dan Emik et al (2016).

H4: Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Queenstreetstore

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan

Dalam menjalankan bisnis selalu ada yang namanya persaingan, namun perusahaan harus membuat kualitas produk tersebut berbeda dari yang lain agar tercapainya kepuasan, setelah konsumen puas maka konsumen akan menjadi pelanggan yang loyal pada produk tersebut tanpa membandingkan dengan yang lain karena kualitas yang baik akan membuat perusahaan menjadi lebih unggul. Penelitian yang mendukung terdapat pada hasil penelitian Andi et al (2019), Qomariah et al (2016), dan Murtya et al (2019).

H5: Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Queenstreetstore

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan

Terdapat pada penelitian Fernandes (2017) yang memberikan hasil bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara harga terhadap loyalitas pelanggan. Diperkuat dengan hasil penelitian Risiko et al (2017) bahwa, hasil pengujian tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 34% yang artinya adalah variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebesar 34%.

H6: Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Queenstreetstore

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Penelitian terdahulu yang mendukung pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen adalah penelitian oleh Erwina et al (2016), Ade et al (2017) dan Andreas (2016). Kepuasan pelanggan menurut Kotler (2014:150) adalah suatu perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Apabila konsumen puas maka tingkat loyalitas pelanggan akan meningkat dan apabila konsumen tidak puas maka konsumen tidak akan melakukan minat beli ulang.

H7: Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Queenstreetstore.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode yang berjenis kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yaitu melakukan pengumpulan data menggunakan instrument kuisioner yang ditujukan pada responden pelanggan Queenstreetstore guna untuk memenuhi hipotesis pada variabel yang dirumuskan.

Gambaran Umum Populasi (Objek) Penelitian

Menurut Morissan (2012:19) populasi merupakan suatu kumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena. Kita dapat meneliti setiap anggota populasi untuk mengetahui sifat

populasi yang bersangkutan. Populasi pada penelitian kali ini ditujukan pada pelanggan Queenstreetstore di Surabaya.

Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan Jumlah Sampel

Penentuan jumlah sampel ini menggunakan rumus slovin yang dikemukakan oleh Sugiyono (2014: 65). Dalam perumusan slovin maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian kali ini sebanyak 100 responden.

Teknik Pengambilan Sampling

Teknik dalam pengambilan sampling dengan teknik purposive sampling yang ada di dalam teknik non probability sampling. Untuk itu penulis membagikan kuisioner dengan melakukan pembagian kepada pelanggan tertentu dengan memiliki kriteria sebagai berikut: Pelanggan perempuan yang membeli secara berulang minimal 3x atau lebih produk Queenstreetstore, pelanggan perempuan yang memiliki member card Queenstreetstore, pelanggan perempuan yang sudah berlangganan dengan Queenstreetstore selama satu tahun terakhir.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kuesioner yaitu menyebarkan angket kuesioner sebanyak 100 responden kepada pelanggan Queenstreetstore untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada Queenstreetstore.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian

Variabel terdapat banyak jenisnya yaitu variabel bebas (independen), variabel terikat (dependen) dan variabel intervening. Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (Independen) : Kualitas Produk (KPr) dan Harga (Hg)
2. Variabel Intervening : Kepuasan Pelanggan (KP)
3. Variabel Terikat (Dependen) : Loyalitas Pelanggan (LP).

Definisi Operasional Variabel

Kualitas Produk

Kualitas Produk pada Queenstreetstore sangat diperhatikan guna untuk memenuhi kepuasan para pelanggannya. Menurut Purba dan Aisyah (2017:54) terdapat delapan indikator kualitas produk dalam bukunya *Managing Quality* yang diimplikasikan pada Queenstreetstore oleh peneliti sebagai berikut: (1) Kinerja atau performa (Performance), meliputi performa produk pada Queenstreetstore yang mengutamakan penggunaan bahan premium, kenyamanan, dan penampilan produk yang menarik. (2) Keandalan (Reliability), meliputi suatu kemampuan produk pada Queenstreetstore yang mempunyai ketahanan, periode waktu yang cukup lama dan memuaskan pelanggan saat digunakan. (3) Kesesuaian (Conformance), yaitu meliputi produk Queenstreetstore yang memenuhi keinginan pelanggannya sesuai dengan apa yang diharapkan, terdapat pada pola baju yang unik, warna yang diinginkan, ukuran yang dibutuhkan oleh pelanggan. (4) Kesanggupan atau kemampuan (Serviceability), meliputi pelayanan pada Queenstreetstore dalam kecepatan pelayanan, dan akurasi serta kompetensi dalam merespon dan menyelesaikan keluhan konsumen memuaskan. (5) Estetika (Aesthetics), adalah suatu bentuk keindahan pada produk Queenstreetstore dengan desain menarik, memiliki ciri khas dalam menciptakan produk casual, serta berbagai warna produknya yang netral. (6) Kualitas yang persepsikan

(Perceived Quality), yaitu meliputi kemampuan Queenstreetstore dalam kualitas produk yang baik, kenyamanan, serta pelayanan yang ramah.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:52), menjelaskan terdapat empat ukuran yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga. Terdapat empat dimensi harga yang diimplikasikan peneliti sesuai objek penelitian sebagai berikut: (1) Keterjangkauan harga pada Queenstreetstore maka konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan. Dengan harga yang murah yang ditetapkan Queenstreetstore para konsumen banyak yang membeli produk tersebut. (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, meliputi harga yang diberikan Queenstreetstore sesuai dengan kualitas produknya yang halus dan nyaman. (3) Kesesuaian harga dengan manfaat Konsumen, yakni memutuskan membeli suatu produk Queenstreetstore jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. (4) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga Konsumen, sering membandingkan harga suatu produk Queenstreetstore dengan produk lainnya, dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono & Chandra (2016:204) kata kepuasan (satisfaction) berasal dari bahasa latin "satis" (artinya cukup baik, memadai dan "facio" (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai suatu upaya dalam pemenuhan sesuatu. Terdapat indikator kepuasan pelanggan menurut Kotler & Keller (2015) serta implikasinya Queenstreetstore yang disusun oleh peneliti sebagai berikut: (1) Tetap setia, meliputi kepuasan terhadap desain produk, kualitas, dan harga yang membuat harapan pelanggan terpenuhi sehingga menjadi pelanggan loyal pada Queenstreetstore. (2) Membeli produk yang ditawarkan, pelanggan akan kembali membeli produk Queenstreetstore. (3) Merekomendasikan produk, meliputi pelanggan yang puas akan merekomendasikan produk Queenstreetstore pada oranglain. (4) Bersedia membayar lebih, dengan terpenuhinya keinginan pelanggan maka pelanggan akan membayar lebih dengan kualitas yang tinggi pada prouk Queenstreetstore. (5) Memberi masukan, selalu memberi masukan yang baik walau kepuasan telah didapat pada Queenstreetstore.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2016:650) terdapat indikator loyalitas konsumen dan diimplikasikan oleh peneliti pada Queenstreetstore adalah sebagai berikut: (1) Kepuasan (satisfaction), tetap membeli secara ulang produk Queenstreetstore selama ekspektasi dan kepuasan terpenuhi serta kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang diterima. (2) Pembelian Ulang (Repeat purchase), membeli produk Queenstreetstore secara terus-menerus dan menjadikan Queen Street Store sebagai tempat yang menjual produk fashion yang terbaik dan kualitas produk dan pelayanan baik serta puas terhadap pelayanan yang diterima oleh konsumen. (3) Dari Mulut ke Mulut (Word of Mouth/Buzz), memasang reputasi Queenstreetstore untuk memberi tahu orang lain mengenai kualitas yang baik. (4) Penyampaian Informasi (Evangelis), meyakinkan orang lain untuk membeli produk Queenstreetstore berdasarkan pengalaman positif selama pembelian produk. (5) Kepemilikan (Ownership), merasa bertanggungjawab atas kesuksesan Queenstreetstore yang berkelanjutan karena keikut sertaan konsumen dalam memberikan respon positif terhadap Queenstreetstore.

Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2010: 335) yang dimaksud dengan teknik analisis data adalah suatu proses mencari data, menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil pada wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori kemudian menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji Validitas menurut Sugiyono (2016:177) adalah sesuatu yang menunjukkan adanya derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus teknik korelasi product moment, adapun dari perhitungan pengujian validitas konstruksi menghasilkan koefisien korelasi diatas 0,3 maka data yang diperoleh dari semua pertanyaan merupakan data yang valid, sedangkan koefisien korelasi dibawah 0,3 maka data yang diperoleh merupakan data yang tidak valid (Sugiyono, 2008:177). Sehingga apabila suatu data dikatakan valid atau tidak valid dapat diketahui pada ketentuan sebagai berikut: (1) jika nilai $r > 0,30$ berarti pernyataan dianggap valid. (2) jika nilai $r \leq 0,30$ berarti pernyataan dianggap tidak valid.

Uji Reliabilitas

Hasil penelitian reliabel terjadi apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrument yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas menggunakan teknik uji statistik Alpha Cronbach's, sehingga dapat disimpulkan bahwa: Semakin kecil nilai alpha menunjukkan semakin banyak item yang tidak reliabel. Standar yang digunakan adalah $\alpha > 0.70$ (sufficient reliability).

Uji Goodness of Fit

Menurut Ghozali (2016:328) bahwa langkah pertama untuk menggunakan regresi logistik adalah dengan menilai overall fit model terhadap data. Uji goodness of fit sebagai teknik untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, pada penelitian kali ini adanya pengujian hipotesis sebagai alat untuk mengukur variabel bebas (X) kualitas produk, harga terhadap variabel terikat (Y) loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan variabel intervening (Z).

Uji F

Menurut Ghozali (2016:96) bahwa pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel dan melihat nilai signifikansi 0,05 dengan cara sebagai berikut: Bila probabilitas < nilai signifikan ($\text{Sig} < 0,05$), maka model penelitian dapat digunakan. Sedangkan apabila probabilitas > nilai signifikan ($\text{Sig} > 0,05$), maka model penelitian tidak dapat digunakan.

Uji Koefisien Determinasi Berganda (R²)

Menurut Ghozali (2016:95) bahwa koefisien determinasi (R²) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien

determinasi adalah antara nol dan satu. Menurut Gujarati (2003) dalam Ghozali (2016:96) menyatakan jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R² negatif, maka nilai adjusted R² dianggap nol.

Uji Asumsi Klasik (Uji Kelayakan Model)

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk menguji normalitas residual, peneliti menggunakan uji kolmogorov-smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan menggunakan hipotesis:

H₀ : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat nilai Asymp.Sig. (2-tailed). Jika tingkat signifikansinya > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H₀ diterima, sehingga dikatakan data residual berdistribusi normal. Selain menggunakan analisis grafik uji kolmogorov-smirnov (K-S) terdapat pula analisis grafik normal P-P Plot of regression standard, dengan pengujian ini disyaratkan bahwa distribusi data penelitian harus mengikuti garis diagonal antara 0 dan pertemuan sumbu X dan Y.

Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:103) uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji model regresi jika ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Model regresi yang bebas dari multikolinieritas adalah model yang memiliki nilai tolerance $\geq 0,01$ atau jika nilai variance inflation factor (VIF) ≤ 10 .

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dan residual menghasilkan tetap dari satu pengamatan ke pengamatan lain, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak heteroskedastisitas atau dengan kata lain terjadinya Homoskedastisitas. Dasar analisis dalam pengujian ini adalah : (1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. (2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Jalur (Path Analysis)

Menurut Ghozali (2013:249) bahwa analisis jalur merupakan perluasan dari analisis linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model kausal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur merupakan metode yang menyusun model terhadap hubungan dari variabel-variabel yang ada pada penelitian dengan metode diagram jalur.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Pengaruh Langsung (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen secara parsial. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria: Jika nilai signifikan $\geq 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti variabel independen tidak mempunyai

pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Namun apabila Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (Sobel test)

Uji Sobel test merupakan metode untuk menguji signifikansi suatu efek mediasi. Pada mediasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dihipotesiskan sebagai pengaruh tidak langsung yang ada akibat pengaruh variabel intervening atau mediator. Rumus Sobel test sebagai berikut:

$$Sab = \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2}$$

Pada rumusan diatas untuk mengetahui pengaruh tidak langsung variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (Z). Untuk menemukan hasil uji signifikansi pengaruh tidak langsung secara parsial perlu menghitung dengan nilai t dari koefisien a dan b sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Dengan ketentuan dalam pengambilan keputusan hipotesis yaitu apabila nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa terjadi pengaruh mediasi secara signifikan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas dianggap valid apabila $r > 0,30$ dan tidak valid apabila $r \leq 0,30$.

Tabel 3
Hasil Pada Uji Validitas

Variabel Indikator	Pearson Correlation(r_{hitung})	(r_{tabel})	Keterangan Validitas
KUALITAS PRODUK			
KPr1	0,699		Valid (V)
KPr2	0,607		Valid (V)
KPr3	0,659		Valid (V)
KPr4	0,727		Valid (V)
KPr5	0,608		Valid (V)
KPr6	0,756		Valid (V)
HARGA			
Hg1	0,692		Valid (V)
Hg2	0,854		Valid (V)
Hg3	0,681		Valid (V)
Hg4	0,874		Valid (V)
KEPUASAN PELANGGAN			
KP1	0,772	0,30	Valid (V)
KP2	0,621		Valid (V)
KP3	0,606		Valid (V)
KP4	0,594		Valid (V)
KP5	0,745		Valid (V)
LOYALITAS PELANGGAN			
LP1	0,541		Valid (V)
LP2	0,608		Valid (V)
LP3	0,734		Valid (V)
LP4	0,735		Valid (V)
LP5	0,572		Valid (V)

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji validitas diperoleh hasil pada kolom keterangan validitas bahwa seluruh indikator variabel dinyatakan valid dengan ketentuan $r > 0,30$.

Uji Reliabilitas

Tabel 4
Hasil Pada Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach's	Keterangan
Kualitas Produk	0,753	Reliabel
Harga	0,764	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,666	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,633	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan pada Tabel 4 bahwa hasil keseluruhan variabel pada uji reliabilitas dinyatakan reliabel karena memenuhi syarat teknik uji $0,50 < \alpha < 0,70$, maka dengan itu variabel dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Goodness of Fit

Uji F

Tabel 5
Hasil Pada Uji F Model 1&Model 2

Model	Variabel	F	Sig.
1	KPr-Hg-KP	47,254	0,000 ^b
2	KPr-Hg-KP-LP	36,742	0,000 ^b

Sumber: Data Primer diolah, 2021

(1) Berdasarkan Model 1 diketahui bahwa signifikansi hasil uji F sebesar $0,000 < 0,05$ berarti menunjukkan penelitian ini dapat digunakan dan diketahui adanya pengaruh antara kualitas produk dan harga yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

(2) Berdasarkan Model 2 diketahui bahwa signifikansi hasil uji F sebesar $0,000 < 0,05$ berarti terdapat adanya pengaruh antara kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan untuk itu penelitian ini dapat digunakan.

Uji Koefisien Determinasi Berganda (R²)

Tabel 6
Hasil Koefisien Determinasi Berganda Model 1 & Model 2
Model Summary^b

Model	Variabel	R Square (R ²)
1	KP-Kpr-Hg	0,493
2	LP-KPr-Hg	0,534

Sumber: Data Primer diolah, 2021

(1) Berdasarkan Tabel 6 model 1 mempunyai hasil R Square sebesar 49,3%, artinya pada variabel kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan harga, sisa 50,7% dapat dijelaskan pada faktor variabel lain diluar model summary.

(2) Berdasarkan pada Tabel 6 model 2 mempunyai hasil R Square sebesar 53,4%, artinya variabel loyalitas pelanggan dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan, sisa 46,6% dapat dijelaskan pada faktor variabel lain diluar model summary.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian distribusi data penelitian dengan menggunakan analisis grafik uji kolmogorov-smirnov (K-S) data residu normal apabila signifikansinya $> 0,05$ dan juga

teknik analisis grafik normal P-P Plot of regression standard melalui pengujian ini diisyaratkan distribusi data harus mengikuti garis diagonal:

Uji *kolmogorov-smirnov* (K-S)

Tabel 7
Hasil Pada Uji Normalitas Model 1
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,92881369
Most Extreme Differences	Absolute	0,068
	Positive	0,044
	Negative	-0,068
Test Statistic		0,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Tabel 8
Hasil Pada Uji Normalitas Model 2
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

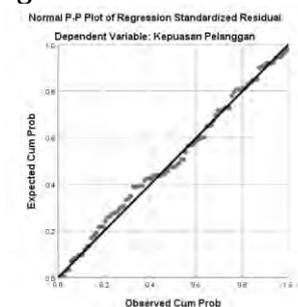
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,87153992
Most Extreme Differences	Absolute	0,052
	Positive	0,046
	Negative	-0,052
Test Statistic		0,052
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer diolah, 2021

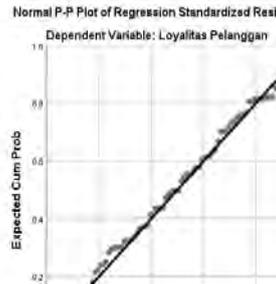
(1) Hasil Asymp. Sig. (2-tailed) memiliki hasil sebesar 0,200^{c,d} dimana dapat disimpulkan bahwa H₀ diterima sehingga dapat dikatakan pada variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan bahwa data residual berdistribusi normal sehingga dapat digunakan pada penelitian saat ini.

(2) Hasil Asymp. Sig. (2-tailed) memiliki hasil sebesar 0,200^{c,d} dimana dapat disimpulkan bahwa H₀ diterima sehingga dapat dikatakan pada variabel kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan bahwa data residual berdistribusi normal sehingga dapat digunakan pada penelitian ini

Grafik Normal P-P Plot of regression standard



Gambar 2
Grafik Pada Uji Normalitas Model 1



Gambar 3
Grafik Pada Uji Normalitas Model 2

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan grafik gambar 2 dan 3 dapat dikatakan bahwa data memenuhi pada asumsi normalitas dengan ketepatan distribusi data penelitiannya mengikuti garis diagonal antara 0 dan pertemuan sumbu X dan Y sehingga penelitian ini dapat digunakan.

Uji Multikolineritas

Tabel 9
Hasil Pada Uji Multikolineritas Model 1

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	0,852	1,173	Tidak terkena multikolineritas
Harga	0,852	1,173	Tidak terkena multikolineritas

Sumber: Data Diolah SPSS

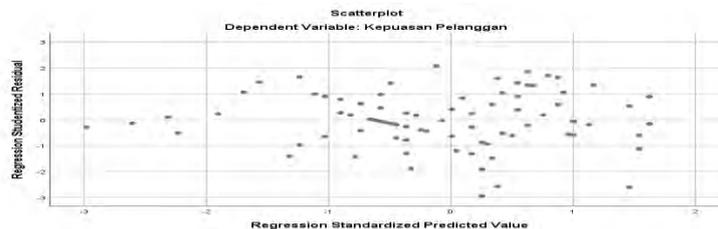
Tabel 10
Hasil Pada Uji Multikolineritas Model 2

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	0,825	1,212	Tidak terkena multikolineritas
Harga	0,507	1,974	Tidak terkena multikolineritas
Kepuasan Pelanggan	0,507	1,974	Tidak terkena multikolineritas

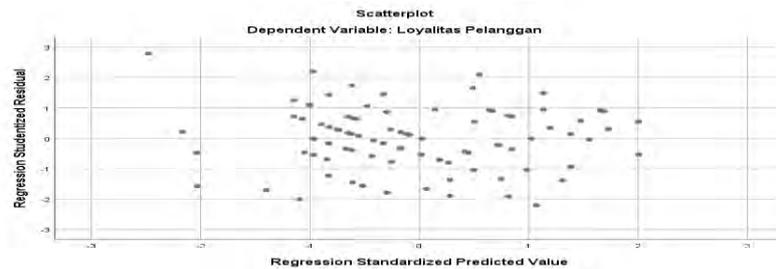
Sumber: Data Primer diolah, 2021

- (1) Berdasarkan hasil uji multikolineritas model 1 dikatakan model regresi yang bebas tidak terkena multikolineritas karena modelnya memiliki nilai tolerance $\geq 0,01$ dan dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk dan harga dalam penelitian ini dapat digunakan.
- (2) Berdasarkan hasil uji multikolineritas pada model 2 dikatakan model regresi yang bebas tidak terkena multikolineritas karena modelnya memiliki nilai tolerance $\geq 0,01$ dan dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dapat digunakan.

Uji Heteroskedastisitas



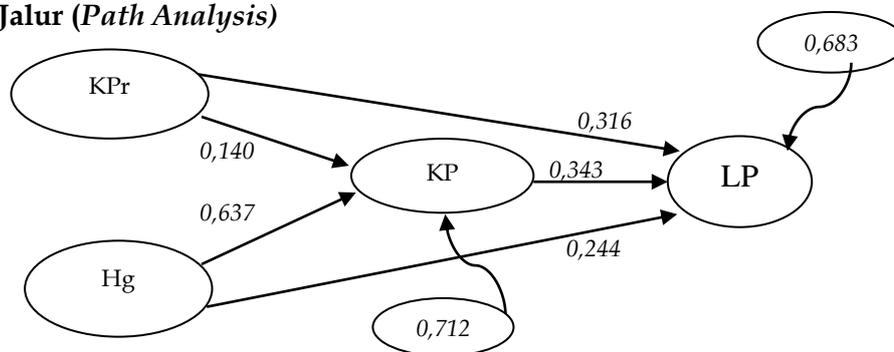
Gambar 4
Grafik Pada Uji Heteroskedastisitas Model 1



Gambar 5
Grafik Pada Uji Heteroskedastisitas Model 2
 Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan penjabaran gambar grafik model 1 dan model 2 tidak adanya pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau tidak terjadinya gangguan pada uji heteroskedastisitas.

Analisis Jalur (*Path Analysis*)



Gambar 6
Diagram Analisis Jalur
 Sumber: Data Primer diolah, 2021

Pada pernyataan mengenai substruktural diatas dapat dijelaskan dibawah ini menurutmasing-masing bentuk substruktural sebagai berikut:

- (1) Pada substruktural 1 yang secara langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel harga karena memiliki hasil standardized coefficients beta tertinggi dibanding variabel independen kualitas produk.
- (2) Berdasarkan substruktural 2, variabel kualitas produk memiliki nilai standardized coefficients beta sebesar 0,316 secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai standardized coefficients beta sebesar 0,343 dengan nilai standardized coefficients beta tertinggi dibandingkan dengan variabel lain dan kepuasan pelanggan merupakan variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Pengaruh Langsung (Uji t)

Tabel 11
Hasil Pada Pengujian Pengaruh Langsung (Uji t)

Hipotesis	Variabel	t_{hitung}	Sig.	Keterangan
H1	KPr - KP	1,790	0,077	Tidak signifikan
H2	Hg - KP	8,133	0,000	Signifikan
H3	KPr - LP	4,117	0,000	Signifikan
H4	Hg - LP	2,489	0,015	Signifikan
H7	KP - LP	0,506	0,001	Signifikan

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Pada Tabel 11 ditunjukkan hasil pengujian hipotesis dengan uji t untuk mengetahui signifikan atau tidak signifikannya masing-masing hubungan pada setiap variabel pada penelitian kali ini, lebih jelasnya dapat dijabarkan sebagai berikut:

- (1) Pengujian H1: Berdasarkan variabel Kualitas Produk (KPr) terhadap Kepuasan Pelanggan (KP) maka dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak dan berarti variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan tersebut tidak signifikan dan berpengaruh positif terhadap penelitian kali ini.
- (2) Pengujian H2: Berdasarkan variabel Harga (Hg) terhadap Kepuasan Pelanggan (KP) maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dan berarti ada hubungan positif antara variabel harga dengan variabel kepuasan pelanggan dan dapat dinyatakan pada penelitian kali ini bahwa kedua variabel tersebut signifikan.
- (3) Pengujian H3: Berdasarkan variabel Kualitas Produk (KPr) terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima dan berarti variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan tersebut terdapat hubungan yang positif dan signifikan.
- (4) Pengujian H4: Berdasarkan variabel Harga (Hg) terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima dan berarti variabel harga terhadap loyalitas pelanggan signifikan berpengaruh positif.
- (5) Pengujian H7: Berdasarkan variabel Kepuasan Pelanggan (KP) terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) maka dapat disimpulkan bahwa H7 diterima dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepuasan pelanggan dengan variabel loyalitas pelanggan.

Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (Sobel Test)

Tabel 12
Hasil Pada Pengujian Tidak Langsung (Sobel Test)
Model 1&Model 2

Hasil Uji Sobel Test			
Model	t_{hitung}	t_{tabel}	Kriteria
1	1,732	1,985	Tidak Signifikan
2	3,238		Signifikan

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan pada Tabel 12 diatas dapat dijelaskan hasil pada data pengujian sebagai berikut:

- (1) Pengujian H5: Berdasarkan Model 1, $t_{hitung} 1,732 \leq t_{tabel} 1,985$ maka adanya pengaruh tidak signifikan antara variabel Kualitas Produk (KPr) terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan (KP).
- (2) Pengujian H6: Berdasarkan Model 2, $t_{hitung} 3,238 \geq t_{tabel} 1,985$ maka dapat dikatakan adanya pengaruh mediasi pada variabel Harga (Hg) terhadap Loyalitas pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan (KP).

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk (KPr) Terhadap Kepuasan Pelanggan (KP)

Pada variabel kualitas produk (KPr) terhadap kepuasan pelanggan (KP) memiliki pengaruh tidak signifikan karena memiliki nilai signifikannya sebesar 0,077 dengan ketentuan pada uji t bahwa $0,077 \geq 0,05$ maka hipotesis ditolak. Dari penjelasan tersebut dapat di artikan bahwa pelanggan Queenstreetstore sudah mencapai kepuasan namun kualitas produk tidak mempengaruhi naik atau turunnya kepuasan pelanggan. Penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian terdahulu dari penelitian Ida et al (2018), Lestari et al (2016), Afrina et al (2018) dan Hardin (2019) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun terdapat penelitian terdahulu yang mendukung penelitian saat ini yang terdapat pada penelitian Sita (2012) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Disimpulkan

pada penelitian kali ini, bahwa kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga (Hg) Terhadap Kepuasan Pelanggan (KP)

Pada variabel harga (Hg) terhadap kepuasan pelanggan (KP) memiliki pengaruh positif dan signifikan karena variabel tersebut memiliki hasil nilai signifikan sebesar 0,000 dengan ketentuan pada uji t bahwa $0,000 \leq 0,05$ maka hipotesis diterima. Pada hasil hipotesis tersebut Queenstreetstore mampu menciptakan harga yang terjangkau dan kesimpulannya bahwa harga yang ditukar dengan suatu produk dan menghasilkan manfaat setelah digunakan maka pelanggan akan puas. Untuk itu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat serta kesesuaian harga terhadap daya saing mampu menciptakan kepuasan pada setiap pelanggan Queenstreetstore, harga merupakan faktor terpenting dalam keberhasilan setiap usaha sehingga setiap faktor yang mendukung harga harus selalu diperhatikan. Penelitian terdahulu dari Setyowati et al (2016), Ksatriyani (2019), dan Citra (2019) mendukung penelitian pada kali ini, bahwa pengaruh harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk (KPr) Terhadap Loyalitas Pelanggan (LP)

Pada variabel kualitas produk (KPr) terhadap loyalitas pelanggan (LP) memiliki pengaruh positif dan signifikan karena variabel tersebut memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 dengan ketentuan pada uji t bahwa $0,000 \leq 0,05$ maka hipotesis diterima. Pada hasil tersebut Queenstreetstore membuktikan adanya tanggapan baik pelanggan terhadap kualitas produknya yang baik yang dapat membuat pelanggan menjadi senang dan melakukan pembelian secara berulang. Penelitian yang mendukung variabel tersebut terdapat pada hasil penelitian terdahulu oleh Caesar (2016) dan Edy (2018). Maka terdapat adanya pengaruh kualitas pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Harga (Hg) Terhadap Loyalitas Pelanggan (LP)

Pada variabel harga (Hg) terhadap loyalitas pelanggan (LP) memiliki pengaruh signifikan dikarenakan hasil pada nilai signifikannya sebesar 0,015 dengan ketentuan pada uji t bahwa $0,015 \leq 0,05$ maka hipotesis diterima. Berdasarkan hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa penerapan harga yang tidak terjangkau akan membuat pelanggan menjadi berubah pikiran untuk melakukan suatu pembelian. Harga merupakan faktor yang bisa dibidang fleksibel sehingga dapat disesuaikan dengan manfaat serta pengaruhnya setelah pembelian suatu produk atau jasa. Penelitian ini mendukung penelitian dari Merinda et al (2016), Novia (2020), Risky (2011), dan Emik et al (2016) yang memperoleh hasil adanya pengaruh signifikan secara persial terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk (KPr) terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) Dimediasi Kepuasan Pelanggan (KP)

Kualitas produk dapat membuat kepuasan pelanggan dalam membeli suatu produk atau jasa menjadi meningkat, untuk itu kualitas perlu diperhatikan agar tercapainya kepuasan serta sikap loyal pada masing-masing pelanggan. Pada penelitian ini pengaruh kualitas produk (KPr) terhadap loyalitas pelanggan (LP) dimediasi kepuasan pelanggan (KP) memiliki hasil nilai pada pengujian sobel test sebesar $t_{hitung} 1,732 \leq t_{tabel} 1,985$ maka adanya pengaruh tidak signifikan antara kualitas produk (KPr) terhadap loyalitas pelanggan (LP) dimediasi kepuasan pelanggan (KP). Karena pada kualitas produk tidak mempengaruhi kepuasan seseorang dalam pembelian suatu produk atau jasa, apabila pelanggan membeli suatu produk mereka tidak akan mempertimbangkan kualitasnya, sehingga kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi adanya kualitas produk dan bagaimanapun kualitasnya pelanggan akan tetap puas dan akan menjadi loyal. Dan

penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu dari Andi et al (2019), Qomariah et al (2016), dan Mutya et al (2019). Namun penelitian ini didukung oleh hasil penelitian dari Abdul et al (2014) dan Ananta et al (2017). Kesimpulan pada penelitian ini adalah bahwa pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan berpengaruh tidak signifikan.

Pengaruh Harga (Hg) Terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) Dimediasi Kepuasan Pelanggan (KP)

Secara langsung terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa harga menggambarkan apabila harga yang diberikan seimbang dengan kualitas produk yang baik maka secara tidak langsung pelanggan akan terpengaruh dengan hasil yang mereka dapat serta kepuasan akan dirasakan serta sikap loyal akan timbul. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh harga (Hg) terhadap loyalitas pelanggan (LP) dimediasi kepuasan pelanggan (KP) dengan hasil nilai pada uji sobel test sebesar $t_{hitung} 3,238 \geq t_{tabel} 1,985$ maka terdapat adanya pengaruh mediasi. Terdapat penelitian yang mendukung penelitian saat ini terdapat dari Fernandes (2017) dan Risiko et al (2017). Hal ini merupakan faktor terbaik untuk terciptanya loyalitas pelanggan dengan menciptakan harga yang sesuai dengan manfaat yang didapat, apabila pelanggan puas maka loyalitas dapat tercipta. Kesimpulan pada penelitian ini adalah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada Queenstreetstore.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan (KP) Terhadap Loyalitas Pelanggan (LP)

Pada variabel kepuasan pelanggan (KP) terhadap loyalitas pelanggan (LP) memiliki pengaruh positif dan signifikan karena variabel tersebut memiliki hasil signifikan sebesar 0,001 dengan ketentuan pada uji t bahwa $0,001 \leq 0,05$ maka hipotesis diterima. Pada hasil tersebut Queenstreetstore membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh besar dalam keberlangsungan sebuah usaha, dengan menciptakan produk yang terbaik maka pelanggan akan cepat puas dan menjadikan mereka sebagai pelanggan yang loyal. Kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai tingkat kepuasan atau ukuran seseorang setelah melakukan suatu pembelian, sehingga sebelum tercapainya suatu kepuasan sebaiknya memikirkan terlebih dahulu faktor apa saja yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan serta terciptanya loyalitas pelanggan. Penelitian ini mendukung hasil dari penelitian terdahulu dari Erwina et al (2016), Ade et al (2017), dan Andreas (2016) serta penelitian Nadia (2018) yang berjudul "Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Biaya Beralih dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan". Kesimpulan pada penelitian ini bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Queenstreetstore.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan pada uraian rumusan masalah, maka terdapat kesimpulan yang dibahas pada hasil penelitian ini sebagai berikut: (1) H1: Kualitas Produk (KPr) Terhadap Kepuasan Pelanggan (KP), Kualitas produk (KPr) memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (KP). (2) H2: Harga (Hg) Terhadap Kepuasan Pelanggan (KP), Harga (Hg) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (KP) dikarenakan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing pada Queenstreetstore mampu mencapai kepuasan pelanggannya terhadap manfaat yang dirasakan setelah melakukan pembelian. (3) H3: Kualitas Produk (KPr) Terhadap Loyalitas Pelanggan (LP), Kualitas produk (KPr) memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (LP) dikarenakan kinerja produk, kehandalan, kesesuaian, kesanggupan, estetika, kualitas yang dipersepsikan

pada Queenstreetstore mencapai pada nilai terbaik dan mampu menciptakan kesetiaan pelanggannya untuk melakukan pembelian secara berulang. (4) H4: Harga (Hg) Terhadap Loyalitas Pelanggan (LP), Harga (Hg) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (LP) karena keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, serta harga pada daya saing Queenstreetstore telah mencapai hasil yang baik terhadap sikap loyal konsumennya. (5) H5: Kualitas Produk (KPr) Terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) dimediasi Kepuasan Pelanggan (KP), Kualitas Produk (KPr) memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (LP) dimediasi kepuasan pelanggan (KP) karena kualitas produk tidak mempengaruhi adanya kepuasan dan loyalitas pelanggan, kualitas produk Queenstreetstore tidak mempengaruhi kenaikan pada kepuasan yang diperoleh pelanggan dengan sikap loyal pelanggan. (6) H6: Harga (Hg) Terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) dimediasi Kepuasan Pelanggan (KP), Harga (Hg) memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (LP) dimediasi kepuasan pelanggan (KP) dikarenakan bahwa variabel harga mampu menciptakan rasa puas pelanggan Queenstreetstore sehingga mereka menjadi pelanggan yang loyal. (7) H7: Kepuasan Pelanggan (KP) Terhadap Loyalitas Pelanggan (LP), Kepuasan Pelanggan (KP) memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (LP) dikarenakan rasa puas pelanggan yang satisfaction (membeli secara berulang), repeat purchase (membeli secara terus-menerus), word of mouth (memasang reputasi baik), evangelism (meyakinkan oranglain terhadap produk Queenstreetstore), ownership (bertanggungjawab atas kesuksesan Queenstreetstore) secara langsung telah mempengaruhi rasa loyal mereka terhadap produk Queenstreetstore.

Saran

Terdapat saran terhadap tujuan penelitian pada penelitian ini, yang dijelaskan sebagai berikut: (1) Pada Queenstreetstore terdapat pengaruh tidak signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, maka dengan itu untuk mengutamakan kualitas produk yang baik walaupun kualitas produk tidak mempengaruhi kepuasan pada hati pelanggan. (2) Pada Queenstreetstore terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, maka terbukti bahwa harga yang terjangkau dengan manfaat yang diperoleh mampu meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga persoalan harga harus dipertimbangkan lebih baik lagi. (3) Pada Queenstreetstore terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, maka terbukti bahwa kualitas produk yang baik mampu menunjang sikap loyal dari pelanggan sehingga perlu untuk mempertahankan kualitas yang baik dan berkualitas dalam menciptakan pelanggan yang loyal. (4) Pada Queenstreetstore terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan, maka dengan itu diharapkan untuk memikirkan bagaimana untuk terus mempertahankan harga yang terjangkau sesuai dengan manfaat yang didapatkan agar pelanggan semakin loyal. (5) Pada Queenstreetstore adanya pengaruh tidak signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan, maka sebaiknya Queenstreetstore memperhatikan lebih detail kualitas yang baik agar terciptanya sikap kepuasan pelanggan untuk menunjang loyalitas pelanggan walaupun kualitas produk tidak mempengaruhi peningkatan pada setiap kepuasan dan loyalitas pelanggannya. (6) Pada Queenstreetstore terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan, dengan menjaga kepuasan pelanggan dan sikap loyalitas pelanggan pada pengaruh harga maka sebaiknya selalu memikirkan keterjangkauan harga berdasarkan setiap manfaat yang diperoleh pelanggannya. (7) Pada Queenstreetstore terdapat pengaruh signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, maka untuk itu selalu memperhatikan keinginan serta kebutuhan pelanggannya untuk menciptakan kepuasan dibarengi dengan mempertahankan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarini, F. 2020. Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. Skripsi
- Ayu I, dan Wardana M. 2018. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang. E-jurnal Manajemen Unud.
- Budiastari, S. 2012. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Beton Siap Pakai Holcim. Skripsi
- Fahmi A. Hardin. 2019. Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Skripsi. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM).
- Isnayni Fatimatuz Zahrah. 2018. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Produk Fesyen Di Shopee. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Kotler, P dan Kelvin, L. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas Jilid 1. Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Oktadiani O. Dinar. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Fast Fashion Uniqlo Di Tunjungan Plaza Mall. Skripsi. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM).
- Pratiwi Alisa Eka. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Susu Zee. Skripsi. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM).
- Putri R. Leony. 2020. Surabaya fashion week 2020. Jakarta: iNews.id.
- Tandika Akira. 2020. Surabaya Fashion Parade 2020, Nonton Fashion Show dengan Cara Berbeda. Penerbit: Surya Malang.com, Surabaya.
- Tjiptono Fandy. 2014. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian. Penerbit: Andi, Yogyakarta
- Tomida Merinda dan Satrio Budhi. 2016. "Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Footwear Yongki Komaladi". Jurnal. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
- Utami Novia Widya. 2020. Penetapan Harga, Tujuan, Metode dan Strategi. Jurnal. Jurnal Entrepreneur.
- Wijaya Doni. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pasien studi pada Puskesmas Kecamatan Lumbir Kabupaten Banyumas". Jurnal. Repositoryump.