

Analisis Komparatif Harga, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan Jasa Fotocopy “Airlangga Mas” Dan “Guten” Di Surabaya

Teddy Novan Febriansyah¹, Agung Pujiyanto², Ayun Maduwinarti³

Administrasi, Bisnis Universitas 17 Agustus 1946 Surabaya

Administrasi, Bisnis Universitas 17 Agustus 1946 Surabaya

teddynovan17@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the differences in price, service quality and customer loyalty at the Airlangga Mas and Guten business units, in Surabaya. To find out the difference in prices for Airlangga Mas and Guten business units, in Surabaya, to find out the difference in service quality at Airlangga Mas and Guten business units, in Surabaya, and to find out differences in customer loyalty to Airlangga Mas and Guten business units, in Surabaya. This type of research uses comparative research using a quantitative approach. The number of samples used as many as 100 respondents consisting of 50 respondents Airlangga Mas and 50 respondents Guten. The results showed that the price variable as a result of the analysis had a price difference between the Airlangga Mas and Guten business units, in Surabaya. Then for the quality of service from the results obtained, it can be explained that there are differences in the quality of service in the Airlangga Mas and Guten business units, in Surabaya. Meanwhile, the customer loyalty variable shows that there are differences in customer loyalty in the Airlangga Mas and Guten business units, in Surabaya.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Loyalty

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan dari harga, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan pada unit bisnis Airlangga Mas dan Guten, di Surabaya. Untuk mengetahui perbedaan harga pada unit bisnis Airlangga Mas dan Guten, di Surabaya, untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan pada unit bisnis Airlangga Mas dan Guten, di Surabaya, dan untuk mengetahui perbedaan loyalitas pelanggan pada unit bisnis Airlangga Mas dan Guten, di Surabaya. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian komparatif menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden terdiri dari 50 responden Airlangga Mas dan 50 responden Guten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga hasil analisis ada perbedaan harga pada unit bisnis Airlangga Mas dan Guten, di Surabaya. Kemudian untuk kualitas pelayanan dari hasil yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa ada perbedaan kualitas pelayanan pada unit bisnis Airlangga Mas dan Guten, di Surabaya. Sementara itu pada variabel loyalitas pelanggan diperoleh hasil bahwa ada perbedaan loyalitas pelanggan pada unit bisnis Airlangga Mas dan Guten, di Surabaya.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Airlangga Mas dan Guten adalah bisnis jasa fotocopy. Meskipun mempunyai persamaan dalam jasa fotocopynya, tetapi jasa fotocopy Airlangga Mas dan Guten memiliki perbedaan dalam melakukan strateginya, agar mendapatkan data jumlah mobilitas pelanggan, peneliti melakukan pengamatan tentang Harga, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan, peneliti memilih jasa fotocopy yang berada di jalan Airlangga Surabaya, karena kedua posisi jasa fotocopy berada berdekatan dan langsung bersebelahan. Hasil hasil pengamatan peneliti, terdapat perbedaan jumlah mobilitas pelanggan yang datang dalam menggunakan jenis pelayanan yang disediakan kedua unit bisnis jasa fotocopy Airlangga Mas dan Guten. Jika diamati dari kondisi diatas kedua jasa fotocopy tersebut mempunyai keinginan kuat untuk bersaing pada bidang Harga, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik melakukan analisis komparatif dengan mengambil judul **“ANALISIS KOMPARATIF HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS PELANGGAN JASA FOTOCOPY AIRLANGGA MAS DAN GUTEN DI SURABAYA (Studi Kasus Pada Jasa Fotocopy Airlangga Mas Surabaya Dan Guten Surabaya)**

METODE PENELITIAN

Menurut metodenya penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Analisis yang digunakan adalah analisis komparasi (Perbandingan). Di dalam penelitian ini penulis ingin berusaha mengkomparasikan antar variabel yang menjadi fokus amatan yaitu Harga, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan. Pada 2 perusahaan Fotocopy Airlangga Mas dan Guten. Teknik sampling yang digunakan menggunakan teknik sampling *non-probability* sampling dengan jenis *Purposive sampling*. Setelah data terkumpul. Data dianalisis menggunakan teknik analisis Uji T Independen. Teknik analisis komparasi dengan menggunakan Uji T Independen dengan bantuan software IBM SPSS Statistics.

Uji t Independent

.evene's Test for Equality of Variances

		t-test for Equality of Means								
									95% Confidence Interval of the Difference	
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper	
Harga	Equal variances assumed	1,820	0,179	3,497	198	0,001	1,340	0,383	0,584	2,096
	Equal variances not assumed			3,497	169,803	0,001	1,340	0,383	0,584	2,096
Kualitas Pelayanan	Equal variances assumed	2,694	0,102	3,209	198	0,002	1,600	0,499	0,617	2,583
	Equal variances not assumed			3,209	174,585	0,002	1,600	0,499	0,616	2,584

Loyalitas Pelanggan	Equal variances assumed	.021	0,886	4,733	198	0,000	2,040	0,431	1,190	2,890
	Equal variances not assumed			4,733	172,098	0,000	2,040	0,431	1,189	2,891

Uji t Independent

a) Harga

Untuk hasil uji t, berdasarkan hipotesis yang diajukan

Pada hasil uji t Harga menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 3,497 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,660. Hal ini dapat dijelaskan bahwa H_0 ditolak artinya ada perbedaan yang signifikan Harga pada jasa fotocopy Airlangga Mas dan Guten di Surabaya. Hal ini didukung oleh nilai signifikansinya sebesar 0,001 kurang dari 0,05.

b) Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil analisis diatas, t hitung menunjukkan nilai sebesar 3.209 lebih besar dari nilai t tabel 1,660. Artinya H_0 ditolak terdapat ada perbedaan yang signifikan Kualitas Pelayanan pada jasa fotocopy Airlangga Mas dan Guten di Surabaya. Hal ini didukung oleh nilai signifikasinya sebesar 0,002 kurang dari 0,05.

c) Loyalitas Pelanggan

Untuk hasil uji t pada variabel Loyalitas Pelanggan menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 4,733 lebih besar dari t tabel 1,660. Artinya H_0 ditolak terdapat ada perbedaan yang signifikan Loyalitas Pelanggan pada jasa fotocopy Airlangga Mas dan Guten di Surabaya. Hal ini didukung oleh nilai signifikasinya sebesar 0,000 kurang dari 0,05.

PEMBAHASAN

Harga Pada Airlangga Mas dan Guten Di Surabaya

Berdasarkan uji yang dilakukan. Diketahui bahwa H_0 ditolak yang artinya ada perbedaan yang signifikan antara harga yang ditawarkan oleh Airlangga Mas dan harga yang ditawarkan oleh Guten.

Berdasarkan hasil komparasi analisis statistik ada perbedaan harga oleh Airlangga Mas dan Guten. Hal ini didukung dengan hasil komparasi rekapitulasi dari dua responden pada Airlangga Mas dan Guten. Menunjukkan bahwa Airlangga Mas lebih menonjolkan pada indikator keterjangkauan harga dan daya saing harga dengan bunyi pernyataan “harga yang ditawarkan jasa fotocopy Airlangga Mas sangat terjangkau” dan “harga yang ditawarkan jasa fotocopy Airlangga Mas dapat bersaing dengan Guten”. Hal ini berbeda dengan pendapat responden terkait dengan harga pada fotocopy Guten. Di guten lebih menonjol pada indikator daya saing harga dengan pernyataan “harga yang ditawarkan jasa fotocopy Guten dapat bersaing dengan Airlangga Mas”. Ada sedikit perbedaan di Guten lebih menonjolkan pada indikator daya saing harga. Yaitu Airlangga Mas mempunyai pernyataan dua indikator harga yang terbaik, sedangkan Guten hanya satu inidkator harga yang terbaik. Dengan demikian maka dari sisi harga yang ditawarkan semua respon tidak ada perbedaan hanya perbedaannya pada penilaian indikator pernyataan tersebut.

Kualitas Pelayanan Pada Airlangga Mas dan Guten Di Surabaya

Pada hasil analisis statistik terlihat bahwa nilai lebih besar dari tabel artinya bahwa dari nilai signifikannya lebih kecil dari signifikannya yang persyaratkan 0,5% maka H_0 ditolak.

Komparasi hasil rekapitulasi jawaban responden menunjukkan bahwa Airlangga Mas lebih memilih yang terbaik pada indikator ketanggapan dengan bunyi pernyataan “jasa fotocopy Airlangga Mas memberikan layanan dengan cepat dan tanggap”. Sedangkan pendapat respinden terkait dengan kualitas pelayanan pada Guten. Di Guten lebih menonjol pada indikator ketepatan janji dengan pernyataan “jasa fotocopy Guten memberikan pelayanan dan informasi sesuai dengan dijanjikan”. Dilihat dari variabel kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Airlangga Mas dan Guten dari hasil tabulasi rekapitulasi responden melihat bahwa ada perbedaan terkait dengan indikator pernyataan.

Loyalitas Pelanggan Pada Airlangga Mas dan Guten Di Surabaya

Disamping tiga variabel diatas penulis juga membahas dari sisi loyalitas pelanggan. Dari sisi loyalitas pelanggan dapat dijelaskan sebagai berikut. Diketahui bahwa H_0 ditolak yang artinya ada perbedaan yang signifikan antara loyalitas pelanggan pada Airlangga Mas dan Guten.

Menunjukkan bahwa Airlangga Mas lebih menonjolkan pada indikator melakukan pembelian berulang dan mereferensikan kepada orang lain dengan bunyi pernyataan “anda bersedia melakukan pembelian ulang di jasa fotocopy Airlangga Mas” dan “anda bersedia akan merekomendasikan jasa fotocopy Airlangga Mas tersebut ke orang lain (teman, sahabat, kerabat)”. Hal ini berbeda dengan pendapat responden terkait dengan loyalitas pelanggan pada fotocopy Guten. Di guten lebih menonjol pada indikator mereferensikan kepada orang lain dengan bunyi pernyataan “anda bersedia akan merekomendasikan jasa fotocopy Guten tersebut ke orang lain (teman, sahabat, kerabat)”. Airlangga Mas mempunyai pernyataan dua indikator loyalitas pelanggan yang terbaik, sedangkan Guten hanya satu indikator loyalitas pelanggan yang terbaik. Maka dari sisi loyalitas pelanggan semua respon tidak ada perbedaan hanya perbedaannya pada penilaian indikator pernyataan tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa dari tiga variabel terdapat ada perbedaan yang ditawarkan baik dari sisi harga, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan antara Airlangga Mas dan Guten. Terkait dengan harga, perbedaannya pada Airlangga Mas lebih menonjolkan pada indikator yang terbaik dengan keterjangkaun harga dan daya saing harga dengan bunyi pernyataan “harga yang ditawarkan jasa fotocopy Airlangga Mas sangat terjangkau” dan “harga yang ditawarkan jasa fotocopy Airlangga Mas dapat bersaing dengan Guten”, sementara untuk Guten lebih menekankan pada daya saing harga dengan bunyi pernyataan “harga yang ditawarkan jasa fotocopy Guten dapat bersaing dengan Airlangga Mas”. Dari sisi kualitas pelayanan ada perbedaan pada indikator ketanggapan dan ketepatan janji, pada Airlangga Mas menekankan pada layanan dengan cepat dan tanggap, sementara di Guten lebih kepada layanan yang sesuai dengan dijanjikan. Untuk variabel loyalitas pelanggan Airlangga Mas menonjolkan pada indikator melakukan pembelian berulang dan mereferensikan kepada orang lain dengan bunyi pernyataan “anda bersedia melakukan pembelian ulang di jasa fotocopy Airlangga Mas” dan “anda bersedia akan

merekomendasikan jasa fotocopy Airlangga Mas tersebut ke orang lain (teman, sahabat, kerabat)”, sementara untuk Guten lebih menekankan pada indikator mereferensikan kepada orang lain.

SARAN

Untuk jasa fotocopy Airlangga Mas harus terus mempertahankan keterjangkauan harga dan daya saing harga, sementara untuk jasa fotocopy Guten harus terus mempertahankan daya saing harga. Terkait dengan kualitas pelayanan maka yang perlu terus dipertahankan jasa fotocopy Airlangga Mas adalah ketanggapan yaitu memberikan layanan dengan cepat dan tanggap, sementara untuk jasa fotocopy Guten yang perlu dipertahankan ketepatan janji yaitu memberikan pelayanan dan informasi sesuai dengan dijanjikan. Kemudian untuk loyalitas pelanggan Airlangga Mas harus mempertahankan melakukan pembelian berulang dan mereferensikan kepada orang lain, sementara untuk jasa fotocopy Guten tetap mempertahankan mereferensikan kepada orang lain.

Kemudian disamping hal – hal yang perlu dipertahankan maka kedua jasa fotocopy tersebut harus memperbaiki atau meningkatkan :

1. Harga pada jasa fotocopy Airlangga Mas kesesuaian harga dengan manfaat perlu ditingkatkan, sementara untuk jasa fotocopy Guten perlu segera meningkatkan keterjangkaun harga dengan harga yang terjangkau di kalangan masyarakat.
2. Kemudian untuk kualitas pelayanan yang harus terus ditingkatkan pada jasa fotocopy Airlangga Mas dan Guten adalah memberikan lahan parkir yang cukup luas yang kurang memberikan lokasi lahan parkir bagi pelanggan.
3. Sedangkan untuk loyalitas pelanggan pada jasa fotocopy Airlangga Mas dan Guten harus terus meningkatkan jasa tambahan agar pelanggan merasa puas dengan apa yang pelanggan yang dia melakukan jasa tambahan seperti jasa pemotongan kertas stiker atau yang lainnya.

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk bisa mengembangkan wawasan terhadap analisis komparatif dengan menambah variabel – variabel yang lain agar teori – teori yang terkait dengan bidang pemasaran bisa berkembang lebih lanjut. Dan peneliti berharap penelitian ini bisa menjadi referensi, teoritis dan informasi mengenai analisis komparatif pada suatu jasa fotocopy.

DAFTAR PUSTAKA

- Andika, Heru. (2018). ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN PELANGGAN ANTARA MINIMARKET INDOMARET DENGAN ALFAMART DI KOTA BATAM. *Jurnal Akutansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis* (Vol. 6, Issue2).
- Juwenda Onibala¹, Sileyjonva², Michael³ (2020) ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN PELANGGAN DAN KUALITAS PELAYANAN JASA OJEK ONLINE GO-JEK DAN GRAB-BIKE (STUDY PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNSRAT). *Jurnal Emba* (Vol. 8. Issue3)
- Lindung Bulan Tengku Putri, (2016) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam* (Vol. 5, Issue2)