PENGARUH HARGA, PELAYANAN DAN KELENGKAPAN BARANG TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI ALFA TOKO GUDANG RABAT LODAN

Islahulben, SE.
Mayaningsih, SE.
Lina, SE.
Novita Waty, SE

Abstrak

Pengaruh harga, pelayanan dan kelengkapan barang pada Alfa Toko Gudang Rabat merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan pilihan berbelanja bagi para konsumen di dalam toko.
Data-data dalam penelitian pengaruh penetapan harga, pelayanan dan kelengkapan barang yang dilakukan penulis didapatkan dengan cara melakukan riset lapangan secara langsung baik melalui wawancara maupun observasi. Penulis juga melakukan riset kepustakaan yaitu dengan membandingkan teori dengan hasil penelitian yang diperoleh.
Dari analisa dan pembahasan yang dilakukan, maka disimpulkan bahwa dengan pengadaan harga yang kompetitif, pelayanan purna jual yang baik dan kelengkapan barang yang semakin bervariasi dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk berbelanja sebagai kontribusi penjualan terhadap toko.

Kata kunci : Harga, pelayanan dan kelengkapan barang

PENDAHULUAN

Bisnis eceran sering menjadi cermin kecenderungan yang ada dalam perekonomian suatu negara secara keseluruhan. Jika bisnis eceran berkembang, maka meningkat pula taraf kehidupan masyarakatnya, sebab bisnis eceran tak akan berkembang bila daya beli masyarakat tidak cukup tinggi untuk mengkonsumsi barang-barang kebutuhannya.
Namun di tengah maraknya bisnis eceran tersebut, harus diakui bahwa selain pengusaha ritel yang paling banyak diuntungkan juga adalah pihak konsumen atau pelanggan itu sendiri. Selain pilihan tempat berbelanja semakin banyak, harga juga semakin kompetitif. Hal tersebut akan mengakibatkan pelayanan yang diberikan akan lebih baik dibanding tahun-tahun sebelumnya, dimana tingkat kompetisi di bisnis ritel belum begitu tinggi.
PT. Alfa Retailindo Tbk merupakan salah satu bisnis ritel yang mempunyai banyak *branch* diberbagai tempat di pulau Jawa dan Jakarta, serta memiliki pelanggan yang cukup banyak. Selain tempat yang nyaman, Toko Gudang Rabat Alfa juga menjanjikan harga yang kompetitif dengan ritel lainnya, apalagi Alfa juga

termasuk dalam kategori *hypermarket* yang dapat disejajarkan dengan *Makro*, *Hypermart*, *Carrefour* dan *Giant*.
Toko eceran semakin penting karena besarnya jumlah konsumen, keinginan untuk berbelanja sendiri dan membandingkan merek dan model, besaran nilai rata-rata pembelian yang rendah, pembelian yang tidak terencana, dan keinginan konsumen untuk menjaga hal-hal yang bersifat pribadi *(privacy)* dalam berbelanja. Karena itu, untuk menarik minat konsumen datang ke toko, pengecer perlu mempertimbangkan strategi ritel/bauran ritel yang kokoh. Bauran strategi ritel tersebut terdiri dari pengaruh harga, pelayanan, pengelolaan barang dagangan, promosi dan lokasi (Amir, 2004).
Penelitian ini merupakan replikasi dari jurnal Sunadi yang berjudul "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Dalam Berbelanja Di Pusat Perbelanjaan Pante Pirak Banda Aceh". Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu meneliti tempat dan variabel yang berbeda, penulis menggunakan tempat penelitian pada Toko Gudang Rabat Alfa sedangkan penelitian sebelumnya di pusat perbelanjaan Pante Pirak Banda Aceh.
Penulis termotivasi untuk melakukan penelitian ini dikarenakan penulis tertarik sehingga ingin menganalisa adanya pengaruh harga, pelayanan, dan kelengkapan barang terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja di Alfa Toko Gudang Rabat Lodan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh dan hubungan antara faktor harga, pelayanan, dan kelengkapan barang terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja di Toko Gudang Rabat Alfa, jalan Lodan Jakarta Utara
Sampel diambil dari jumlah konsumen yang berbelanja di Toko Gudang Rabat Alfa, Jalan Lodan Jakarta Utara selama satu minggu dari hari senin sampai hari minggu dimana jumlah total konsumen mencapai 557 orang dan akan diteliti 15% dari jumlah pembeli yaitu sebesar 83.55 atau 84 sampel.
Dalam penelitian ini digunakan konsep pengukuran kualitas data yaitu :
1.Uji Reliabilitas yang dilakukan dalam teknik mengkorelasikan antara item satu dengan item yang lain
2. Uji validitas merupakan suatu ukuran yang memperhatikan tingkat ke-*valid*-an suatu instrumen dan pengujian validitas ini menggunakan data peubah yang diteliti, Uji validitas ini diperoleh dengan cara mengkorelasikan sikap setiap item dengan total skor item dalam setiap peubah, kemudian dari hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifkasi 0,05. jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis, maka alat pengukur tersebut dikatakan valid.

3. Uji Multikolineritas yang bertujuan untuk mengetahui keadaan dimana peubah-peubah independen dalam persamaan regresi mempunyai korelasi (hubungan) yang erat satu sama lain. Dasar pengambilan keputusannya yaitu: Jika nilai VIF berkisar angka 1 dan nilai tolerance berkisar angka 1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar peubah independent dalam model regresi. Tetapi apabila nilai VIF dan nilai tolerance tidak berkisar angka 1 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi mengalami multikolinearitas

4. Uji Heteroskedastisitas yang bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas [untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat melihat garis plot antara peubah terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID)] yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya). Dasar pengambilan keputusan adalah jika diagram pencar yang ada membentuk pola-pola tertentu yang teratur maka regresi mengalami gangguan heteroskedastisitas, Jika diagram pencar tidak membentuk pola atau acak maka regresi tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas

5. Uji Autokorelasi yang bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan autokorelasi. Autokerelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Pendekatan yang sering digunakan untuk menguji apakah terjadi otokorelasi adalah uji Durbin-Watson. Dasar pengambilan keputusannya apabila angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif, apabila angka D-W di antara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi, apabila angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

6. Pengujian Hipotesis menggunakan Korelasi berganda yang digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara peubah bebas secara keseluruhan terhadap satu peubah terikat, atau dengan kata lain untuk menguji hipotesis I, yaitu harga (X1), pelayanan (X2), dan kelengkapan barang (X3) mempunyai

hubungan dan pengaruh yang bermakna terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja di Toko Gudang Rabat Alfa Lodan (Y),

7. Regresi berganda digunakan untuk menguji agar dapat mengetahui peubah independent mana yang cenderung mempunyai pengaruh paling dominan terhadap peubah dependent lainnya, atau dengan kata lain untuk menguji hipotesis II yaitu faktor harga (X1) mempunyai hubungan dan pengaruh paling dominan terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja di Toko Gudang Rabat Alfa Lodan (Y) dibandingkan dengan peubah dependen yang lain.
8. Pengujian dengan menggunakan korelasi parsial untuk mengetahui peubah bebas mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap peubah terikat atau dengan kata lain untuk menguji hipotesis II yaitu diduga peubah bebas harga (X1) mempunyai hubungan dan pengaruh paling dominan terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja di Toko Gudang Rabat Alfa (Y) dibandingkan peubah bebas yang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan, dapat dikemukakan beberapa temuan dengan analisis sebagai berikut.
A. Jika dilihat menurut tingkat pendapatan maka rata-rata konsumen Alfa Toko Gudang Rabat di Lodan adalah segmen menengah ke bawah.
B. 75.00% responden mengatakan setuju bahwa barang yang dijual di Alfa Toko Gudang Rabat memiliki kualitas yang baik, dan 73.81% responden mengatakan setuju di Alfa Toko Gudang Rabat sering memberikan harga promosi, 65.48% responden mengatakan di Alfa Toko Gudang Rabat sering memberikan harga diskon musiman/pengurangan harga serta 58.33% responden mengatakan setuju harga barang mempengaruhi anda berbelanja.
C. 57.14% responden mengatakan setuju wiraniaga Alfa Toko Gudang Rabat melayani konsumen dengan cepat, dan 52.38% responden mengatakan setuju penanganan keluhan pelanggan Alfa Toko Gudang Rabat dapat ditangani dengan cepat, sedangkan 67.86% responden mengatakan setuju bahwa wiraniaga Alfa Toko Gudang Rabat ramah dan perhatian terhadap konsumen, dan 67.86% responden mengatakan setuju bahwa Alfa Toko Gudang Rabat lingkungannya bersih.
D. 48.81% responden mengatakan tidak setuju bahwa barang dagangan di Alfa Toko Gudang Rabat sudah lengkap, dan 42.86% responden mengatakan setuju bahwa disaat membutuhkan/memerlukan barang dalam keadaan mendesak selalu menemukan barang tersebut, dan 69.05% responden mengatakan setuju bahwa jumlah barang di Alfa Toko Gudang Rabat sesuai dengan kebutuhan konsumen, sedangkan 70.24%

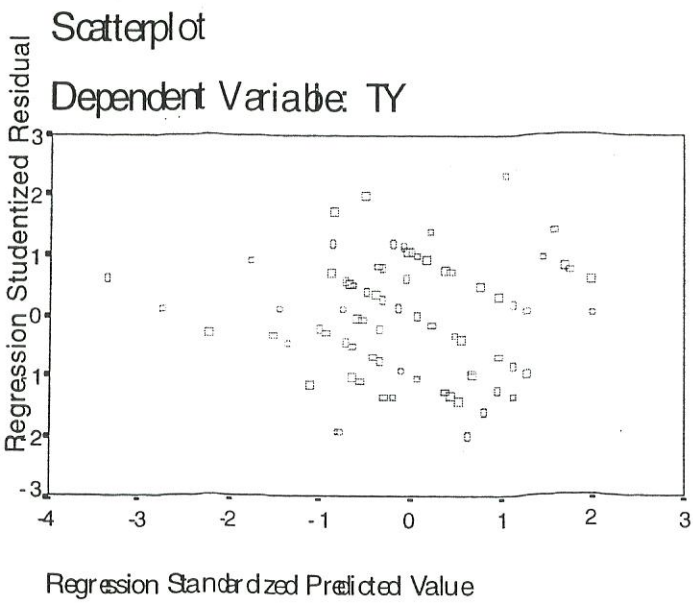
responden mengatakan Setuju bahwa semua harga barang di Alfa Toko Gudang Rabat dapat dijangkau oleh konsumennya.
E. 51.19% responden mengatakan setuju bahwa saat berbelanja di Alfa Toko Gudang Rabat selalu menemukan barang kebutuhan, dan 46.43 % responden mengatakan setuju bahwa mereka sering mencari/melihat info di Alfa Toko Gudang Rabatt, sedangkan 61.90% responden mengatakan setuju karena mereka lebih sering berbelanja di Alfa Toko Gudang rabat dibanding tempat lain, dan 61.90% responden mengatakan setuju bahwa mereka puas berbelanja di Alfa Toko Gudang Rabat.

Analisa dan Interpretasi Data

1. Dari hasil pengujian reliabilitas diketahui bahwa nilai cronbach alpha untuk semua variable lebih besar dari 0,6. Hal ini berarti semua butir pertanyaan adalah dapat diandalkan (reliabel).
2. Nilai pearson correlation untuk variabel harga berkisar antara 0.465 sampai dengan 0.694. Hal ini menunjukkan bahwa nilai pearson correlation untuk semua butir pertanyaan pada variabel harga berkorelasi positif dan signifikan pada tingkat 0.05 yang berarti semua butir pertanyaan dalam variabel harga adalah valid.
Nilai person correlation untuk variabel pelayanan berkisar antara 0.583 sampai dengan 0.748. Hal ini menunjukkan bahwa nilai pearson correlation untuk semua butir pertanyaan pada variabel pelayanan berkorelasi positif dan signifikan pada tingkat 0.05 yang berarti semua butir pertanyaan dalam variabel pelayanan adalah valid.
Nilai person correlation untuk variabel kelengkapan barang berkisar antara 0.515 sampai dengan 0.810. Hal ini menunjukkan bahwa nilai pearson correlation untuk semua butir pertanyaan pada variabel kelengkapan barang berkorelasi positif dan signifikan pada tingkat 0.05 yang berarti semua butir pertanyaan dalam variabel kelengkapan barang adalah valid.
4. Nilai person correlation untuk variabel keputusan konsumen berkisar antara 0.656 sampai dengan 0.728. Hal ini menunjukkan bahwa nilai pearson correlation untuk semua butir pertanyaan pada variabel keputusan konsumen berkorelasi positif dan signifikan pada tingkat 0.05 yang berarti semua butir pertanyaan dalam variabel keputusan konsumen adalah valid.
5. Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar perubah independen. Model regresi yang baik adalah nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) berkisar di angka 1 dan nilai tolerance juga berkisar di angka 1 yang berarti tidak model regresi tidak mengalami gangguan multikolinearitas.
Hasil perhitungan nilai VIF dan tolerance dari peubah harga sebesar 1,026 dan 0,975, pelayanan sebesar 1,261 dan 0,793 serta

kelengkapan barang sebesar 1,244 dan 0,804. Dari semua peubah nilai VIF dan tolerance berkisar di angka 1 sehingga dapat disimpulkan memiliki nilai regresi yang baik dan tidak terjadi multikolinearitas.

6. Pengujian heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi kesamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik apabila tidak terjadi heterokedastiditas. Pemeriksaan terhadap gejala heteroskedastisitas adalah dengan melihat pola diagram pencar



Jika diagram pencar yang ada membentuk pola-pola tertentu yang teratur maka regresi mengalami gangguan heteroskedastisitas sebaliknya jika diagram pencar tidak membentuk pola atau acak maka regresi tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas. Pada gambar di atas memperlihatkan tidak terjadi heteroskedastisitas, dimana tidak membentuk pola-pola tertentu yang teratur.

Pengujian autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi

Pengujian ini dilihat dari angka *Durbin Watson* (D-W) yaitu :

a. Apabila angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
b. Apabila angka D-W di antara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi.
c. Apabila angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

Dari hasil pengujian, angka D-W menunjukkan angka sebesar 1,704 yang berarti di dalam pengujian ini tidak terjadi autokorelasi.

Interpretasi Data Hasil Penelitian

1. Interpretasi Terhadap Hipotesis Pertama

Berdasarkan hasil analisis terhadap data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan analisa korelasi dan regresi diketahui bahwa seluruh peubah bebas yang terdiri dari X1 (Harga), X2 (Pelayanan) dan X3 (Kelengkapan Barang) memiliki hubungan yang kuat terhadap Y (keputusan konsumen) dalam berbelanja di Alfa Toko Gudang Rabat Lodan dengan korelasinya 0,611 atau 61,1 %.

2. Interpretasi Terhadap Hipotesis Kedua

Sedangkan pengujian kedua untuk mengetahui peubah mana yang paling besar hubungan dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, diketahui peubah kelengkapan barang (X3) dengan nilai regresi 0,398 memiliki pengaruh yang dominan begitu pula tingkat hubungan yang dibuktikan dengan nilai korelasi parsial paling besar yaitu 0,419. Dengan hasil tersebut nampak bahwa hipotesis yang menduga bahwa harga (X1) memiliki hubungan dan pengaruh ternyata tidak terbukti.

3. Kelengkapan barang merupakan salah satu faktor dominan dalam menentukan keputusan konsumen untuk berbelanja di Alfa Toko Gudang Rabat Lodan., sebab faktor kelengkapan barang tersebut memiliki hubungan yang sangat penting dengan kepuasan konsumen sebelum menentukan keputusannya untuk berbelanja.

Berdasarkan hasil perhitungan dan apabila dimasukkan dalam persamaan regresi ditunjukkan sebagai berikut :

$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3$

$Y = -3,525 + 0,340X1 + 0,242X2 + 0,398X3$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

Jika unsur-unsur yang terkait dengan dengan X1 berubah satu satuan maka Y akan berubah 0,340 satuan dengan anggapan unsur X2, X3 tetap/konstan.

Jika unsur-unsur yang terkait dengan dengan X2 berubah satu satuan maka Y akan berubah 0,242 satuan dengan anggapan unsur X1, X3 tetap/konstan.

Jika unsur-unsur yang terkait dengan dengan X3 berubah satu satuan maka Y akan berubah 0,398 satuan dengan anggapan unsur X1, X2 tetap/konstan.

Dengan kondisi tersebut maka dikatakan bahwa peubah bebas X1, X2, dan X3 akan diperhitungkan oleh konsumen sebagai bahan pengambilan keputusan konsumen dalam berbelanja di Alfa Toko Gudang Rabat.

Kesimpulan

1.Permasalahan yang ada dalam pelaksanaan penelitian ini adalah faktor apa yang mempengaruhi konsumen dalam proses pengambilan keputusan konsumen dalam berbelanja di Alfa Toko Gudang Rabat Lodan.

2. Peubah yang digunakan sebagai peubah penelitian adalah peubah harga (X1), pelayanan (X2), kelengkapan barang (X3) sebagai peubah bebas sedangkan peubah terikat adalah keputusan konsumen (Y).

3. Hasil pengujian terhadap hipotesis pertama yang menduga faktor harga (X1), pelayanan (X2) dan kelengkapan barang (X3) secara simultan terhadap (Y) keputusan konsumen dalam berbelanja di Alfa Toko Gudang Rabat Lodan, yang menunjukkan bahwa semua peubah X (X1, X2, X3) memiliki hubungan yang kuat terhadap Y dengan korelasi yang positif sebesar 0,611 atau 61,1%.

4. Hasil pengujian terhadap hipotesis kedua menggunakan regresi berganda dan korelasi parsial. Hasil analisis tingkat pengaruh ditunjukkan dengan analisa regresi dan nilai korelasi parsial dimana hasil regresi masing-masing faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja, menunjukan Ho ditolak, yang berarti faktor-faktor tersebut (X1, X2, dan X3) berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja yang besar pengaruhnya ditunjukkan dengan nilai regresi sebagai berikut 0,340 (X1), 0,242 (X2), 0,398 (X3) terhadap Y sedangkan nilai korelasi parsial (X1) 0,277, (X2) 0,232, dan (X3) 0,419. Dari hasil regresi dan nilai korelasi parsial tersebut diketahui bahwa kelengkapan barang memiliki pengaruh dan hubungan yang paling dominan karena nilai regresi yang paling besar yaitu 0,398 dan nilai korelasi parsial yaitu 0,419

DAFTAR PUSTAKA

Amir M. Taufig. *Manajemen Ritel : Panduan Lengkap Pengelolaan Toko Modern*, cet.1.Jakarta; Penerbit PPM, 2004.

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta.Jakarta. 1993.

Asep ST. Sujana, *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern*, edisi 1, cet.1, Jakarta; Graha Ilmu, 2005.

Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, edisi milenium, edisi 10, Jakarta: PT.Prenhallindo, 2002.

Gerson Richard F, *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, Victory Jaya abadi, 2004.

Peter J.Paul, ConsumerBehavior : *Perilaku Konsumen & Strategi*, edisi 4, cet 1, Jakarta: Erlangga, 1999.

Pratisto Arif, *Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik dan Rancangan Percobaan dengan SPSS 12*, Jakarta: PT. Elex Media Komputinda, 2004.

Singarimbun Masri, *Metodologi Penelitian Survey*, cet 9, Penerbit LP3ES Universitas Gajah Mada, yogyakarta, 1991.

Sunardi, *Jurnal Manajemen dan Bisnis 1 : Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Di Pusat Perbelanjaan Pante Pirak Banda Aceh*, Januaari (2000):Hal 15-31.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, cet.7. Bandung: CV. Alfabeta, 2004.