

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PENGUNJUNG MR. DIY BANPLAZ

Bayu Ady B. Suryana

Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Bangkalan, Indonesia

bayuadybsuryana11@gmail.com

Keywords:

Promotiona, prices and customer satisfaction at Mr. DIY Banplaz.

Abstract:

This research aims to determine promotional price factors and visitor satisfaction factors at the store, Mr. DIY Banplaz. Renshitian uses quantitative reaction methods.

Based on the research results, it shows that the price variable with its indicators price affordability, price suitability to product quality, price competitiveness and price suitability to benefits have a significant effect on visitors' purchasing interest in the Mr. DIY Banplaz store. This can be seen from the significance value for price of $0.026 < 0.05$ and analysis of this influence is positive (+) on visitor interest in the shop. Mr. DIY Banplaz. This means that there is a significant influence of the price variable on the purchasing interest of shop visitors. Mr. DIY Banplaz.

Based on the research results, it shows that the Promotion variable with its indicators Advertising, Sales Promotion and Marketing directly has a significant effect on purchase interest in shops. Mr. DIY Banplaz. This can be seen from the significance value for Promotion of $0.022 < 0.05$ and the analysis of this influence is positive (+) on visitor interest in the MLRIX Banplaz store. This means that there is a significant influence from the Promotion variable on interest in purchasing goods in the shop. Mr. DIY Banplaz.

Kata kunci:

Harga, promosi dan kepuasan pengunjung toko Mr. DIY Banplaz.

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor harga, promosi dan faktor kepuasan pengunjung di toko Mr. DIY Banplaz. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga dengan indikatornya Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga dan Kesesuaian harga dengan manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian pengunjung terhadap toko Mr. DIY Banplaz. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi pada harga sebesar $0,026 < 0,05$ dan analisis pengaruh ini bersifat positif (+) terhadap minat pengunjung terhadap toko Mr. DIY Banplaz. Artinya ada pengaruh signifikan dari variabel harga ke Minat pembelian pengunjung toko Mr. DIY Banplaz.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi dengan indikatornya Periklanan, Promosi penjualan dan Pemasaran langsung berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian terhadap toko Mr. DIY Banplaz.

Hal ini dilihat dari nilai signifikansi pada Promosi sebesar $0,022 < 0,05$ dan analisis pengaruh ini bersifat positif (+) terhadap minat pengunjung terhadap toko Mr. DIY Banplaz. Artinya ada pengaruh signifikan dari variabel Promosi ke minat pembelian barang di toko Mr. DIY Banplaz.

PENDAHULUAN

Hubungan yang terjalin antara pengunjung dengan karyawan toko merupakan hubungan timbal balik yang terjadi dalam dunia pemasaran. Pelayanan yang baik terhadap pengunjung merupakan kepuasan yang utama bagi pengunjung. Hal yang menarik yang ingin di teliti oleh peneliti salah satunya yaitu transaksi jual beli antara pengunjung dan pelayanan toko yang ada di MR.DIY BANPLAZ.

MR.DIY adalah merek retail yang didirikan oleh PT. Duta Intiguna Yasa yang merupakan perusahaan retail yang telah beroperasi sejak tahun 2005 dan memiliki toko-toko yang tersebar di berbagai lokasi di Indonesia. Salah satu lokasi toko MR.DIY yang terkenal berada di kota Bangkalan atau yang dikenal dengan Bangkalan Plaza. Sebagian besar toko MR.DIY memiliki luas sekitar total 1000 meter persegi, yang memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi pelanggan. MR.DIY melayani lebih dari 188 juta pelanggan setiap tahun di seluruh toko di Asia. Semua toko yang dimiliki dikelola secara langsung dan bekerja sama dengan ritel besar dan pemilik mal. Pada MR.DIY sendiri menyediakan berbagai macam produk yang dimana dengan ketersediannya produk di satu tempat dapat memberikan suatu kemudahan konsumen dalam menjangkau kebutuhan dan keperluannya. Akan tetapi didalam suatu keragaman produk yang disediakan perusahaan terdapat kekurangan yang dimiliki yaitu kurangnya suatu varian ukuran dan jenis produk lainnya. Dilain sisi terdapat kualitas dari pelayanan yang dimana untuk melakukan pembayaran pada kasir memerlukan waktu untuk melakukan pembayaran.

D. Cyril Noerhadi selaku presiden direktur MR.DIY Indonesia menyampaikan “bagi kami, pelanggan adalah prioritas dan MR.DIY Indonesia akan terus berusaha untuk memberikan lebih banyak manfaat bagi semua lapisan masyarakat di Indonesia. Mulai dengan menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari melalui beragam produk yang lengkap dan berkualitas, hingga menawarkan harga yang terjangkau untuk membantu masyarakat agar bisa lebih hemat dalam memenuhi semua urusan sehari-hari”. Faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya kepuasan dari konsumen adalah suatu keragaman produk yang disediakan di satu tempat, dimana keragaman produk ini meliputi beberapa aspek seperti kelengkapan produk dan barang yang dijual pada jumlah dan variasi produk yang tersedia didalam sebuah toko atau perusahaan, jenis merek yang di jual, variasi ukuran produk dan barang yang dijual, dan ketersediaan barang yang dijual (Khoiriah, 2017). Dengan ketersediannya keragaman produk pada perusahaan dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan seorang konsumen dan kepuasan memberikan dampak pada minat beli ulang konsumen terhadap produk yang disediakan atau ditawarkan oleh perusahaan. akan tetapi jika pada perusahaan yang menyediakan produk dan barang yang beragam terdapat kekurangan dari segi ukuran, variasi produk, jenis produk dan sebagainya, ini dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian berulang di suatu perusahaan.

Salah satu faktor lain juga memberikan dampak pada suatu perusahaan ialah kualitas pelayanan, dimana kualitas pelayanan merupakan nilai keunggulan yang dimiliki suatu perusahaan dalam memperoleh hasil yang baik, diantara hasilnya ialah dapat menimbulkan rasa kepuasan seorang konsumen seperti memberikan pelayanan yang sopan dan ramah kepada setiap pelanggan. kepuasan konsumen adalah suatu aset yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan yang berorientasikan pada pelanggan, sebab tumbuhnya suatu perusahaan tidak terlepas dari pengaruh seorang konsumen yang menggunakan produk dan barang dari

perusahaan, oleh karena itu perusahaan diharuskan untuk mengevaluasi kinerja dan meningkatkan demi suatu eksistensi perusahaan, bila konsumen merasakan suatu kebutuhannya/ekspektasinya terpenuhi atas pelayanan maka konsumen akan puas begitupun sebaliknya bila pelayanan yang diterima konsumen tidak sesuai dengan ekspektasi maka konsumen tidak merasa puas atas pelayanan yang diterima. Minat beli ulang merupakan perilaku seseorang setelah merasakan atau mengkonsumsi produk dan pelayanan dari suatu perusahaan, timbulnya suatu niat membeli ulang tidak terlepas dari pada faktor-faktor diantaranya, keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan, ini memberikan suatu dampak pada minat seseorang dalam melakukan pembelian kembali setelah mengkonsumsi produk dan pelayanan dari perusahaan. dan kepuasan konsumen memiliki peranan penting dalam menimbulkan keputusan pembelian, sebab timbulnya kepuasan konsumen terdapat pada terpenuhinya suatu ekspektasi konsumen atas apa yang di sediakan dan diberikan oleh perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti menjadi tertarik untuk menganalisis faktor kepuasan pengunjung dan peneliti melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung Mr.DIY Banplaz”.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif bersifat deskriptif. Pada penelitian deskriptif, metode penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk membuat gambaran atau mendiskripsikan (memaparkan) tentang suatu keadaan secara objektif. Metode penelitian deskriptif digunakan untuk memecahkan atau menjawab permasalahan yang sedang dihadapi pada situasi sekarang. Penelitian ini dilakukan pada pengunjung yang berada di MR.DIY Banplaz. Sampel yang diambil dalam penelitian ini yakni menggunakan 50 orang atau lebih pengunjung yang sudah melakukan pembelian di toko MR.DIY BANPLAZ. Penelitian ini menggunakan instrumen tes dan angket.

Variabel merupakan suatu besaran yang dapat diubah atau berubah sehingga dapat mempengaruhi peristiwa atau hasil penelitian. Variabel bebas yang di gunakan dalam penelitian ini adalah bagaimana kepuasan dari setiap pengunjung yang melakukan transaksi jual-beli di toko MR.DIY Banplaz. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pengunjung pendapatan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji normalitas, uji F, dan uji T.

Menurut Ghozali, (2012:35) dalam (Ramli S & Hasbullah, 2021) Validitas mengacu pada sejauh mana tes atau prosedur mengukur apa yang ingin diukur. Pengukuran validitas dapat digunakan untuk membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel, dimana jika r hitung > nilai r tabel maka objek ekspresi dianggap valid. Menurut (Ghozali, 2011) dalam (Suryaningsih, 2021) memaparkan bahwa tujuan uji normalitas adalah untuk memeriksa apakah variabel sisa atau residual dalam model regresi mempunyai distribusi normal.

Rumus uji F sebagai adalah:

$$F\text{-Test} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

K= Jumlah variabel bebas

n= Jumlah sampel

R² = Koefisien Korelasi Berganda

Rumus uji T sebagai berikut.

$$t\text{-Test} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasiparsial

t = nilai koefisien korelasi dengan derajat bebas (dk) = n-k-1

n = jumlah sampel

r² = Koefisien determinasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Toko MR.DIY merupakan toko besar yang berada di Indonesia dan salah satunya yang berada di pulau Madura tepatnya di Bangkalan Plaza Jl. Halim Kusuma, Mlajah kab Bangkalan, MR.DIY juga merupakan toko yang memiliki banyak pengunjung dan dari semua kalangan dari anak remaja hingga orang dewasa. Mr.DIY beroperasi atau melakukan jam kerja setiap hari dan biasanya buka pada jam 10.00-22.00 WIB. Penelitian ini melibatkan 50 (lima puluh) responden yang merupakan konsumen atau pengunjung dari toko Mr.DIY Banplaz. Berikut hasil analisis data pada penelitian ini.

Tabel 1.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,814	0,279	Valid
	X1.2	0,813	0,279	Valid
	X1.3	0,829	0,279	Valid
	X1.4	0,848	0,279	Valid
	X1.5	0,769	0,279	Valid
	Total	1	0,279	Valid
Promosi (X2)	X2.1	0,806	0,279	Valid
	X2.2	0,690	0,279	Valid
	X2.3	0,604	0,279	Valid
	X2.4	0,638	0,279	Valid
	X2.5	0,705	0,279	Valid
	X2.6	0,793	0,279	Valid
	X2.7	0,794	0,279	Valid
	X2.8	0,769	0,279	Valid
	X2.9	0,779	0,279	Valid
	X2.10	0,839	0,279	Valid
	Total	1	0,279	Valid
	Total	1	0,279	Valid
	Total	1	0,279	Valid

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
	X5.5	0,897	0,279	Valid
	Total	1	0,279	Valid
Kepuasan Pengunjung (Y)	Y.1	0,845	0,279	Valid
	Y.2	0,895	0,279	Valid
	Y.3	0,817	0,279	Valid
	Y.4	0,783	0,279	Valid
	Y.5	0,897	0,279	Valid
	Total	1		Valid

Sumber : Spss

**Tabel 1.2 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,37991539
Most Extreme Differences	Absolute	,105
	Positive	,105
	Negative	-,077
Test Statistic		,105
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- Test distribution is normal
- Calculated from data
- Lilliefors Significance Correction
- This is a lower bound of the true significance

Berdasarkan hasil uji di atas bahwa nilai signifikansi (p) pada uji Kolmogorov-smirnov adalah 0.200 ($p > 0.05$) sehingga data penelitian dinyatakan berdistribusi normal.

Tabel 1.3 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	208,202	5	41,640	259,058	,000 ^b
	Residual	7,072	44	,161		
	Total	215,274	49			

- Dependent variable: kepuasan pengunjung (Y)
- Predictor: (Constant), Harga dan Promosi

Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa nilai F hitung sebesar 259,058 dengan nilai signifikansi 0,000. Maka signifikansi $0,000 < 0,05$ dan F hitung $259,058 > F$ tabel 2,81. sehingga hipotesis pada penelitian ini diterima. Artinya ada pengaruh signifikan bauran pemasaran yang terdiri dari (Harga dan Promosi) terhadap kepuasan pengunjung di toko Mr. DIY Banplaz.

Tabel 1.4 Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		T	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(constant)	1,261	1,012		1,246	,219
	Harga (X1)	,097	,042	,112	2,310	,026
	Promosi(X2)	,259	,109	,233	2,371	,022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa:

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil uji t pada variabel harga (X1) telah diperoleh nilai t hitung sebesar $2,310 > t$ tabel $2,014$ dengan nilai signifikansi $0,026 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, jadi artinya ada pengaruh yang signifikan dari Harga (X1) terhadap minat pembelian di toko Mr.DIY Banplaz.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil uji t pada variabel Promosi (X2) telah diperoleh nilai t hitung sebesar $2,371 > t$ tabel $2,014$ dengan nilai signifikansi $0,022 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, jadi artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel Promosi (X2) terhadap minat pembelian di toko Mr.DIY Banplaz.

Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang terdiri dari Harga (X1) dan Promosi (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen, yang artinya apabila kedua variabel tersebut diuji akan berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen terhadap toko Mr.DIY Banplaz dengan banyaknya kemasan dan kualitas yang diberikan oleh perusahaan sudah sangat baik.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga dengan indikatornya Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga dan Kesesuaian harga dengan manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian pengunjung terhadap toko Mr.DIY Banplaz. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi pada harga sebesar $0,026 < 0,05$ dan analisis pengaruh ini bersifat positif (+) terhadap minat pengunjung terhadap toko Mr.DIY Banplaz. Artinya ada pengaruh signifikan dari variabel harga ke Minat pembelian pengunjung toko Mr.DIY Banplaz.

Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi dengan indikatornya Periklanan, Promosi penjualan dan Pemasaran langsung berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian terhadap toko Mr.DIY Banplaz. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi pada Promosi sebesar $0,022 < 0,05$ dan analisis pengaruh ini bersifat positif (+) terhadap minat pengunjung terhadap toko Mr.DIY Banplaz. Artinya ada pengaruh signifikan dari variabel Promosi ke minat pembelian barang di toko Mr.DIY Banplaz.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan mengenai penelitian ini yakni variabel harga dan variabel promosi sama – sama terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung terhadap toko Mr.DIY Banplaz. Berdasarkan hasil uji F dapat di ketahui bahwa ada pengaruh signifikan bauran pemasaran yang terdiri dari (Harga dan Promosi) terhadap kepuasan pengunjung di toko Mr. DIY Banplaz. Adapun saran yang diberikan peneliti setelah melakukan sebuah penelitian, dapat dijadikan pertimbangan bagi toko Mr.DIY Banplaz dalam meningkatkan minat Pembelian di toko Mr.DIY Banplaz sehingga peningkatan penjualan bisa tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- ETI, Y. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pelanggan Terhadap Produk Pt. Mahkota Sukses Indonesia
- Fakhrudin, A., Valeria, M., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. *Bauran Pemasaran*, 3, 1–91.
- Halimah, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Universitas Brawijaya).
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Roushandy Asri Fardani, S.Si., M. P., Jumari Ustiawaty, S.Si., M. S., Evi Fatmi Utami, M.Farm., A., Dhika Juliana Sukmana, S.Si., M. S., & Ria Rahmatul Istiqomah, M. I. K. (2017). Metode Penelitian Kualitatif&Kuantitatif. In *Metode Penelitian Kualitatif&Kuantitatif*.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In CV SAH MEDIA, Makassar (Vol. 3).
- Sanusi, (2017: 111).” *Metode Penelitian Bisnis*”. Cetakan Ketujuh, Penerbit Salemba Empat., Jln. Raya Lenteng Agung No.101, Jagakarsa, Jakarta Selatan.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Tarigan, Azhari Akmal. Dari Etika Ke Spritualitas Bisnis, Medan: IAIN Press, 2014.
- Wijaya, H., Beik, I. S., & Sartono, B. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*.