

**Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
Doorsmer 225 Tebing Tinggi**

Rizki Wulanita Batubara

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya Tebing Tinggi

Email: rizkiwulanitabatubara@gmail.com**ABSTRACT**

This research aims to determine the effect of price, location and service quality on customer satisfaction at the 225 Doorsmer Motorcycle Wash in Tebing Tinggi City. This type of research is quantitative descriptive research. The research population includes consumers at Amanda Brownies Tebing Tinggi City Branch. The research sample consisted of 37 respondents. The sampling method uses the total sampling method. Research data uses primary data sources. Data was obtained from the results of distributing questionnaires to respondents. The data analysis method uses multiple linear regression analysis methods. The results of the analysis show that the first hypothesis is accepted, meaning the price variable influences the customer satisfaction variable, the second hypothesis is accepted, meaning the location variable influences the customer satisfaction variable, the third hypothesis is accepted, meaning the service quality variable influences the customer satisfaction variable, and the fourth hypothesis is accepted, meaning price, location and service quality influence simultaneously (simultaneously) on the customer satisfaction variable.

Keywords: Price, Location, Service Quality, and Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Cuci Motor 225 Doorsmer di Kota Tebing Tinggi. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian meliputi konsumen pada Amanda Brownies Cabang Kota Tebing Tinggi. Sampel penelitian berjumlah 37 responden. Metode penarikan sampel menggunakan metode total sampling. Data penelitian menggunakan sumber data primer. Data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Metode analisis data menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima, artinya variabel harga berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan, hipotesis kedua diterima, artinya variabel lokasi berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan, hipotesis ketiga diterima, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan, dan hipotesis keempat

diterima, artinya harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel kepuasan pelanggan

Kata kunci: Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Diera perkembangan zaman ini persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kualitas pelayanan agar dapat bersaing di pasar dan mencapai kepuasan pelanggan. Keberhasilan untuk dapat memenangkan persaingan dibutuhkan pelaksanaan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik dengan pelanggan.

Perasaan bahagia atau tidak puas yang dihasilkan dari kontrasnya kinerja yang disampaikan dengan harapan klien dikenal sebagai kepuasan pelanggan. Yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan terhadap suatu penyedia layanan adalah ketika harapan klien terhadap suatu layanan sejalan dengan informasi yang mereka pelajari tentang layanan yang mereka dapatkan. Pelanggan akan merasa tidak senang jika penyedia jasa memberikan pelayanan yang jauh di bawah ekspektasinya. Namun jika pelayanannya sesuai dengan harapan pelanggan, mereka akan senang. (Sunyoto, 2015)

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut, diantaranya dalam penelitian ini faktor yang mempengaruhinya adalah Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan, dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sari et al., 2022, Sunarsi et al., 2023, Rostiana et al., 2023) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Mardika et al., 2019) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Harga merupakan berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa yang dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengonsumsi jasa tersebut. (Kotler, 2018).

Lokasi

Lokasi mengacu pada area spesifik tempat perusahaan menjalankan bisnis dan tempat produsen dan penjual berinteraksi langsung saat mendistribusikan barang dan jasa. Lokasi suatu perusahaan sangatlah penting karena mempunyai dampak yang signifikan terhadap orang-orang yang membeli barang dan jasanya. (Sunyoto, 2015).

Kualitas Pelayanan

Menurut (Kotler, 2016) Keseluruhan fitur dan kualitas suatu produk atau layanan yang mendukung kapasitasnya untuk memenuhi permintaan secara langsung atau tidak langsung disebut sebagai kualitas layanan.

Kepuasan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Kotler, 2016).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Cuci Motor 225 Doorsmer di Kota Tebing Tinggi. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana variabel diukur dengan menggunakan skala likert (Setiawan et al., 2021, Manik et al., 2023). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 37 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumen dan angket. Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 25.

HASIL**Pengujian Regresi Linier Berganda**

Pengujian regresi linear berganda menjelaskan besarnya peranan variabel budaya organisasi dan variabel desain kerja terhadap variabel kinerja. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 25.00 for windows. Analisis masing-masing variabel dijelaskan dalam uraian berikut :

Tabel 1. Hasil Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a	
		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	5.798	2.672
	Harga	.444	.035
	Lokasi	.226	.017
	Kualitas Pelayanan	.202	.014

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: SPSS versi 25.00

Berdasarkan hasil tersebut maka persamaan regresi linier berganda yang mempunyai formulasi : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \epsilon$, sehingga diperoleh persamaan : $Y = 5,798 + 0,444X_1 + 0,226 X_2 + 0,202X_3$

Deskripsi dari persamaan regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut :

- Nilai konstanta (a) sebesar 5,798 menunjukkan besarnya variabel kepuasan pelanggan jika variabel harga, lokasi dan variabel kualitas pelayanan sama dengan nol.
- Nilai koefisien regresi variabel harga (b1) sebesar 0,444 menunjukkan besarnya peranan variabel harga terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan asumsi variabel lokasi dan kualitas pelayanan konstan. Artinya apabila faktor variabel harga meningkat 1 satuan nilai, maka diprediksi variabel kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,444 satuan nilai dengan asumsi variabel lokasi dan kualitas pelayanan konstan.
- Nilai koefisien regresi variabel lokasi (b2) sebesar 0,226 menunjukkan besarnya peranan variabel lokasi terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan asumsi variabel harga dan kualitas pelayanan konstan. Artinya apabila faktor variabel harga meningkat 1 satuan nilai, maka diprediksi variabel kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,226 satuan nilai dengan asumsi variabel harga dan kualitas pelayanan konstan.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (b3) sebesar 0,202 menunjukkan besarnya peranan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan

asumsi variabel harga dan lokasi konstan. Artinya apabila faktor variabel kualitas pelayanan meningkat 1 satuan nilai, maka diprediksi variabel kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,202 satuan nilai dengan asumsi variabel harga dan lokasi konstan.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai yang dipergunakan dalam melihat koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah pada kolom *adjusted R square*. Nilai koefisien determinasi dilihat pada Tabel 2. berikut :

Tabel 2. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.715 ^a	.511	.466
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga			
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan			

Sumber: SPSS versi 25.00

Nilai *adjusted R square* sebesar 0,466 atau 46,6%. Hal ini menunjukkan jika variabel harga, lokasi dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 46,6% , sisanya sebesar 53,4% (100% - 46,6%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini, seperti promosi, kelengkapan fasilitas, citra merek dan lainnya.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka tahapan selanjutnya adalah penjelasan hubungan antara variabel pada penelitian ini yang kemudian dikaitkan dengan kinerja, penelitian-penelitian sebelumnya dan ilmu manajemen sehingga dapat mendukung pernyataan yang sudah ada sebelumnya. Penjelasan hasilnya sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan pelanggan

Diketahui bahwa hipotesis pertama diterima, dimana artinya harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Noni, 2022) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Cuci Motor Pojok Berkah 024). Diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel harga (b₁) sebesar 0,444 menunjukkan besarnya peranan variabel harga terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan asumsi variabel lokasi dan kualitas pelayanan konstan. Artinya apabila faktor variabel harga meningkat 1 satuan nilai, maka diprediksi variabel kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,444 satuan nilai dengan asumsi variabel lokasi dan kualitas pelayanan konstan. Hal ini dapat dilihat pada jawaban kuesioner dimana responden cenderung berpendapat setuju dan sangat setuju bahwa selalu mencuci sepeda motor di doorsmer 225 dengan harga yang terjangkau. Kepuasan mempunyai arti yang sangat relatif, karena kepuasan para pelanggan sangat bergantung kepada masing-masing pelanggan yang merasakannya. Kepuasan pelanggan pada dasarnya berkaitan erat dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan itu sendiri. Setiap orang melakukan pembelian dengan harapan tertentu mengenai apa yang akan dilakukan oleh produk atau jasa yang bersangkutan ketika digunakan, dan kepuasan merupakan hasil yang diharapkan. Dalam hal ini pelanggan doorsmer 225 menganggap bahwa harga jasa cuci sepeda motor di doorsmer

sudah sesuai dan hasil dari cucian sepeda motor memberikan kepuasan pada pelanggan tersebut. Sehingga dapat dinyatakan bahwa Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Doorsmer 225 Tebing Tinggi.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan pelanggan

Diketahui bahwa hipotesis kedua diterima, artinya variabel lokasi berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Bayu, 2019) yang berjudul Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Layanan Jasa cuci mobil dan motor Hadi Shower di Kota Lampung). Diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel lokasi (b_2) sebesar 0,226 menunjukkan besarnya peranan variabel lokasi terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan asumsi variabel harga dan kualitas pelayanan konstan. Artinya apabila faktor variabel harga meningkat 1 satuan nilai, maka diprediksi variabel kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,226 satuan nilai dengan asumsi variabel harga dan kualitas pelayanan konstan. Hal ini dapat dilihat pada jawaban kuesioner dimana Doorsmer 255 sangat mudah untuk diakses dan Lokasi doorsmer 255 dapat terlihat dengan jelas. Lokasi menjadi tempat yang menandakan kegiatan suatu usaha dimana terjadi hubungan langsung antara penyedia jasa dan konsumen. Lokasi sangat penting bagi sebuah bisnis karena lokasi itu memiliki pengaruh yang besar bagi pelanggan untuk membeli produk maupun jasa dari sebuah perusahaan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Doorsmer 225 Tebing Tinggi.

3. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan

Diketahui bahwa hipotesis ketiga diterima, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Alfian, 2016) yang berjudul Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Cuci Motor Podo Seneng Jember). Diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel lokasi (b_2) sebesar 0,226 menunjukkan besarnya peranan variabel lokasi terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan asumsi variabel harga dan kualitas pelayanan konstan. Artinya apabila faktor variabel harga meningkat 1 satuan nilai, maka diprediksi variabel kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,226 satuan nilai dengan asumsi variabel harga dan kualitas pelayanan konstan. Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan suatu harapan dan ekspektasi dari suatu barang maupun layanan jasa arti dari kepuasan pelanggan. Produk atau jasa yang memenuhi harapan pelanggan menyebabkan pelanggan merasa puas dan jika sebaliknya maka pelanggan merasa tidak puas. Hal ini dapat dilihat pada jawaban kuesioner bahwa pelanggan puas dengan kualitas layanan yang diberikan. Dengan memberikan penilaian bahwa kualitas pelayanan yang diberikan pekerja doorsmer 255 sangat handal dan baik. Sehingga dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Doorsmer 225 Tebing Tinggi.

4. Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan pelanggan

Diketahui bahwa hipotesis keempat diterima, artinya harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Alfian, 2016) yang berjudul Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Cuci Motor Podo Seneng Jember). Diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel

kualitas pelayanan (b3) sebesar 0,202 menunjukkan besarnya peranan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan asumsi variabel harga dan lokasi konstan. Artinya apabila faktor variabel kualitas pelayanan meningkat 1 satuan nilai, maka diprediksi variabel kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,202 satuan nilai dengan asumsi variabel harga dan lokasi konstan. Hal ini dapat dilihat pada jawaban kuesioner bahwa pelanggan merasa puas dengan hasil cucian sepeda motor yang bersih dan akan merekomendasikan doorsmer 255 kepada rekan, teman dan keluarga. Sehingga dapat dinyatakan bahwa Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh Secara Serentak terhadap Kepuasan Pelanggan pada Doorsmer 225 Tebing Tinggi.

KESIMPULAN

1. Hipotesis pertama diterima, artinya variabel harga berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.
2. Hipotesis kedua diterima, artinya variabel lokasi berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.
3. Hipotesis ketiga diterima, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.
4. Hipotesis keempat diterima, artinya harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel kepuasan pelanggan.

REFERENSI

- Manik, E., Affandi, A., Priadana, S., Hadian, D., & Puspitaningrum, D. A. (2023). Comparison of normality testing with chi quadrat calculations and tables for the statistical value departement of elementary school education student at the University of Jember. *AIP Conference Proceedings*, 2679(1), 020018.
- Mardika, B. A., Taufik, M., & Nawangsih. (2019). *Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Layanan Jasa Cuci Mobil dan Motor Hadi Shower di Kota Lumajang)*. STIE Widyagama Lumajang, 2(July), 391–398.
- Philip Kotler & Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rostiana, E., Djulius, H., & Sudarjah, G. M. (2022). Total Factor Productivity Calculation of the Indonesian Micro and Small Scale Manufacturing Industry. *Ekulilibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 17(1), 54–63.
- Sari, N. Y., Sutomo, Y., & Nurdiyanto, A. D. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Cuci Motor Pojok Berkah 024)*. JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi), 7(2), halaman 52–61.
- Setiawan, M., Indiatuti, R., Hidayat, A. K., & Rostiana, E. (2021). R&D and Industrial Concentration in the Indonesian Manufacturing Industry. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 112.
- Sunarsi, D., Affandi, A., Narimawati, U., Priadana, S., Djulius, H., & Sudirman, I. (2023). The Influence of Organizational Memory, Knowledge Recovery, Knowledge Visualization and Knowledge Transfer on Improving the Career of Lecturer at Private Universities in

The Region of West Java and Banten. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 7(1.1).

Sunyoto (2015). *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*. CAPS:Yogyakarta.