

**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(Study Pada Rizky Laundry Ketileng Semarang)



MANUSKRIP

Disusun oleh

EVI ANIFAH

NIM. E2A016055

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SEMARANG

2020

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Evi Anifah
Nomor Induk Mahasiswa : E2A016055
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Rizky Laundry Ketileng Semarang).

Telah memenuhi syarat dan dinyatakan lengkap sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.

Semarang, 13 Mei 2020

Dosen Pembimbing I

Drs. Triyono, MM
NIP. 195902061986031003

Dosen Pembimbing II

Setia Iriyanto, SE, M.Si
NIK. 28.6.1026.032

Kaprodi S1 Manajemen

Drs. Triyono, MM
NIP. 195902061986031003

**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Study Pada Rizky Laundry Ketileng Semarang)**

Evi Anifah

(E2A016055)

Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Semarang

Email: evianifagmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan: pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan dan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rizky Laundry Ketileng Semarang.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sample* yaitu dengan *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini 97 orang dari pelanggan Rizky Laundry Ketileng Semarang dan kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji T dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R²). Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reabilitas dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 6.157 + 0.501 X_1 + 0.183 X_2 + 0.238 X_3 + 4.723$.

Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ada salah satu variabel dependen yang hasilnya negatif. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yang diteliti secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Angka Adjusted R Square sebesar sebesar 0,220 menunjukkan bahwa 22,0 persen variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 78,0 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine and explain: the effect of Price on Customer Satisfaction, the influence of Location on Customer Satisfaction and the effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Rizky Laundry Ketileng Semarang.

The data used in this study are primary data. The sampling method used is the Non Probability Sample that is by purposive sampling. The sample in this study was 97 people from Rizky Laundry Ketileng Semarang customers and then an analysis of the data obtained using quantitative data analysis. Quantitative analysis includes T test and F test, and analysis of the coefficient of determination (R²). Data that has fulfilled the validity test, reliability test and the classic assumption test are processed to produce the following regression equation: $Y = 6,157 + 0.501 X_1 + 0.183 X_2 + 0.238 X_3 + 4,723$.

The results of testing the hypothesis using the t test shows that there is one dependent variable whose results are negative. Then through the F test it can be seen that the three independent variables studied simultaneously affect the dependent variable of Customer Satisfaction. Figures Adjusted R Square of 0.220 shows that 22.0 percent of the Customer Satisfaction variable can be explained by the three independent variables in the regression equation. While the remaining 78.0 percent is explained by other variables not analyzed in this study.

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

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dewasa ini Indonesia sebagai negara berkembang yang memiliki berbagai kesibukan dan kegiatan sehingga membuat masyarakatnya sulit untuk membagi waktu antara pekerjaan dirumah maupun diluar rumah. Kegiatan tersebut mempengaruhi adanya perubahan terhadap gaya hidup masyarakat khususnya yang membutuhkan segala hal untuk dapat dilakukan dengan cepat dan praktis. Salah satu kebutuhan yang membutuhkan kemudahan dan kepraktisan adalah kegiatan mencuci pakaian dan menyetrika. Guna memenuhi dan menjawab kebutuhan gaya hidup masyarakat, saat ini sudah banyak dan semakin berkembang perusahaan jasa yang bergerak pada bidang pencucian pakaian atau yang sering disebut laundry.

Pada awalnya laundry pertama kali muncul dengan sistem cuci per satuan baju, namun harga yang harus dibayarkan cukup mahal. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan perkembangan teknologi, kemudian berkembanglah jasa laundry dengan sistem kiloan. Satu kilogram pakaian bisa untuk 4-6 potong pakaian, hal ini dapat menguntungkan konsumen karena harga yang terbilang cukup murah. Perusahaan jasa laundry kiloan melayani kebutuhan pencucian pakaian bersih sehari-hari yang sangat membantu bagi orang yang memiliki banyak kegiatan

dengan harga yang cukup murah sehingga dapat di jangkau oleh semua kalangan.

Menurut Narendra (2013) ketatnya persaingan dalam bisnis laundry saat ini membuat para pemilik usaha tersebut bersaing dalam banyak hal agar dapat merebut pangsa pasar atau menciptakan peluang pasar baru guna meningkatkan penjualan. Perusahaan jasa dalam memasarkan jasanya lebih mengutamakan nilai kepuasan yang dirasakan oleh pelanggannya melalui Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan yang perusahaan tersebut berikan. Kepuasan konsumen adalah kunci utama suatu usaha, agar usaha yang ditekuni dapat berjalan lancar dengan laba sebagai tujuan utamanya. Menurut Zulian Yamit (2001:77), “kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang”. Adapun cara untuk memuaskan konsumen adalah memberikan harga yang terjangkau, memilih lokasi usaha yang strategis dan kualitas pelayanan yang baik.

Harga merupakan suatu nilai yang mencakup seberapa besar dana yang dikeluarkan pelanggan dalam menggunakan jasa laundry, apakah terjangkau atau tidak. Harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan menjadikan harga yang terjangkau akan membuat seseorang merasa tertarik untuk mencobanya. Apalagi untuk pendapatan masyarakat perkotaan

yang mayoritas tinggi, akan memudahkan perusahaan dalam melakukan atau menetapkan standar harga yang baik. Selain faktor harga, faktor lain yang menentukan kepuasan konsumen adalah lokasi. Jika lokasi yang dipilih adalah lokasi yang strategis, maka dampak pemilihan lokasi tersebut sangat menguntungkan bagi siklus hidup perusahaan. Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar (Tjiptono, 2005). Akses lokasi yang mudah akan menjadi suatu pertimbangan bagi konsumen. Lokasi yang mudah dijangkau juga membantu distributor untuk mendistribusikan suatu produk atau jasa.

Adapun cara untuk memuaskan konsumen selanjutnya ialah memberikan kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan rasa nyaman bagi konsumen, sebaliknya pelayanan yang kurang baik akan membuat konsumen enggan untuk melakukan pembelian ulang suatu produk. Kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterimanya (Parasuraman, Zeithami, dan Berry, 2005: 240). Pengusaha dituntut memberikan pelayanan yang memuaskan jika ingin mendapatkan pelanggan tetap.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pada penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Rizky Laundry Ketileng Semarang)”, maka pokok masalah yang akan di bahas adalah :

1. Bagaimana faktor Harga mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Rizky Laundry Ketileng Semarang?
2. Bagaimana faktor Lokasi mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Rizky Laundry Ketileng Semarang?
3. Bagaimana faktor Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Rizky Laundry Ketileng Semarang?
4. Bagaimana faktor Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rizky Laundry Ketileng Semarang?

Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas, adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebaagi berikut :

1. Menganalisis pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan
2. Menganalisis pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan
3. Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan
4. Menganalisis pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan

Telaah Literatur dan Penyusunan Hipotesis

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. (Kotler & Armstrong 2001:439).

Harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, harga juga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak atas pengguna suatu barang atau jasa

(Tjiptono, 2000 dalam Aprilian 2013).

Menurut (Umar Husein, 2000 dalam Ferry, 2012), harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk barang atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk suatu harga yang sama terhadap seorang pembeli.

Menurut Bailia, Soegoto dan Loindong (2014) harga adalah sebanyak uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Bilamana harga dapat dijangkau mereka maka mereka akan datang ke tempat itu, bila harga dianggap konsumen tinggi atau ketaklanlah mahal, mereka akan berpikir berkunjung ke tempat itu. Harga menentukan besar kecilnya kepuasan konsumen yang datang. Konsumen membandingkan harga lokasi itu, apabila harga lebih murah maka mereka akan kembali (Bailia, Soegoto dan Loindong, 2014).

Hal ini dibuktikan dengan adanya sebuah penelitian yang dilakukan oleh Dina Agustine dkk (2016) memiliki hasil yang

signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

H1 : Harga (X_1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

2. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Armstrong (2012:92) dalam Haromain (2006) menyatakan bahwa *place* (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Lokasi juga menjadi faktor utama dari keberhasilan suatu penjualan suatu produk. Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar (Tjiptono, 2005) dalam Nurhalifah (2014).

Lokasi sangat dapat mempengaruhi biaya produksi dan selanjutnya kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Hal ini khususnya berlaku bagi perusahaan-perusahaan industri (Madura, 2007:512). Lokasi memegang peranan yang sangat penting dalam bisnis, terutama bisnis yang bertujuan langsung kepada konsumen akhir. Lokasi dan akses menuju lokasi tersebut sangat

menentukan bagaimana konsumen mencapai dan membeli produk atau jasa konsumen. Lokasi bisnis bisa bermacam-macam tergantung dari konsep atau bentuk usahanya (Ramdhan, 2010:19). Lokasi merupakan letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba (Swastha, 2010:339). Menurut Lupiyoadi (2001:61), mendefinisikan lokasi merupakan tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Bayu Agus Mardika dkk (2019) bahwa variabel Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

H2 : Lokasi (X_2) tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan adalah tingkat

keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2007, Dalam Aprilian, 2013).

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2007:110). Definisi lain kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan. Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan (Lupiyoadi, 2006:175).

Kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterimanya Parasuraman, Zeithamel dan Berry, 1995 dan 1988 (dalam M. Syahrul Anwar 2009:16). Kualitas yang dirasakan didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap

keseluruhan keunggulan produk, sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas dari pelayan.

Harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar dalam menilai kinerja produk tersebut. Definisi lain kualitas pelayanan adalah ukuran sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan (Assegaf, 2009:173).

Berdasarkan teori sebelumnya dan kajian akademik dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H3 : Kualitas Pelayanan (X_3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
4. Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Bailia, Soegoto dan Loindong (2014) harga adalah sebanyak uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Bilamana harga dapat dijangkau mereka maka mereka akan datang ke tempat itu, bila harga dianggap

konsumen tinggi atau ketakutannya mahal, mereka akan berpikir berkunjung ke tempat itu. Harga menentukan besar kecilnya kepuasan konsumen yang datang. Konsumen membandingkan harga lokasi itu, apabila harga lebih murah maka mereka akan kembali (Bailia, Soegoto dan Loindong, 2014).

Menurut Kotler & Armstrong (2012:92) dalam Haromain (2006) menyatakan bahwa *place* (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Lokasi juga menjadi faktor utama dari keberhasilan suatu penjualan suatu produk. Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar (Tjiptono, 2005) dalam Nurhalifah (2014).

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2007:110). Definisi lain kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan. Kualitas sering dianggap sebagai

ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan (Lupiyoadi, 2006:175).

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, *related* terhadap harapan pembeli. Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan, pembeli tidak terpuaskan. Jika kinerja melebihi yang diharapkan, pembeli lebih senang. Perusahaan pemasaran terkemuka akan mencari cara sendiri untuk mempertahankan kepuasan pelanggannya. Pelanggan yang merasa puas akan kembali membeli, dan mereka akan memberi tahu yang lain tentang pengalaman baik mereka dan produk tersebut. (Kotler & Armstrong, 2001:15).

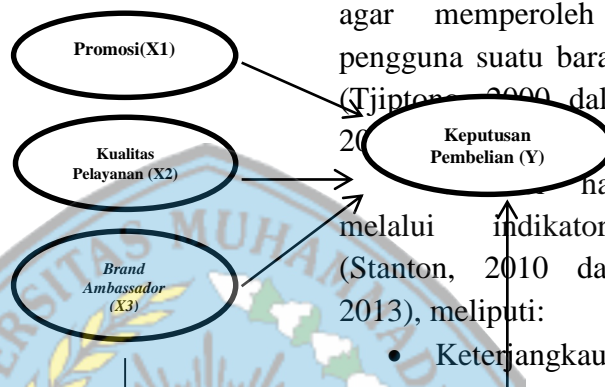
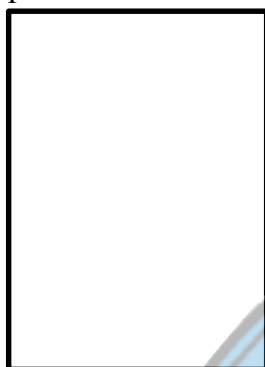
Dalam uraian diatas berbagai teori telah dilibatkan sebagai dasar dugaan sementara dalam penelitian ini, yaitu:

H4 : Harga (X_1), Lokasi (X_2) Kualitas Pelayanan (X_3) secara bersama-sama berpengaruh

positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Kerangka Pemikiran

Untuk lebih menjelaskan variabel dependen dan independen yang digunakan dalam penelitian ini, maka berikut digambarkan model penelitian :



Hipotesis Penelitian

1. Harga (X_1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
2. Lokasi (X_2) tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
3. Kualitas Pelayanan (X_3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
4. Harga (X_1), Lokasi (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian dan Devinisi Operasional

1. Variabel Independen

a. Harga

Harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang

memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, harga juga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak atas pengguna suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2000 dalam Aprilian 2013). Harga diukur melalui indikator menurut (Stanton, 2010 dalam Sagita, 2013), meliputi:

- Keterjangkauan harga
- Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- Daya saing harga
- Kesesuaian harga dengan manfaat

b. Lokasi

Lokasi merupakan struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen (Utami, 2012:89).

Lokasi (X_2) diukur melalui (Tjiptono, 2007):

- Akses
- Visibilitas
- Lalu lintas

- Tempat parkir
- Ekspansi
- Lingkungan
- Kompetisi
- Peraturan pemerintah

c. Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2007) kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Jangkauan kualitas pelayanan (Tjiptono, 2007), meliputi:

- *Tangibles*
- *Reability*
- *Responsiveness*
- *Assurance*
- *Empathy*

2. Variabel Dependen
Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono, 2007 dalam sagita 2013, mengungkapkan kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman onsumsi suatu produk atau jasa. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan merupakan penilaian evaluasi yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik.

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2007), terdapat empat metode yang banyak dipergunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- a. Sistem keluhan dan saran
- b. *Ghost shopping*

c. *Lost customer analysis*

d. Survey kepuasan pelanggan

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Rizky Laundry Ketileng Semarang. Didalam penelitian ini teknik dalam pengambilan sampel yaitu teknik sampling nonprobabilitas. Pada penelitian ini peneliti menggunakan batas masalah yang ditolirir sebesar 10%. Dalam tahun 2020 jumlah populasi sudah diketahui yakni 1266 terdiri dari 537 mahasiswa dan 729 masyarakat di lingkungan Ketileng Semarang. Berdasarkan hasil perhitungan rumus diatas, maka jumlah sampel yang diteliti dalam penelitan ini adalah :

$$n = \frac{1266}{1+1266(10\%)^2} = \frac{1266}{1+1266(0,01)} = \frac{1266}{13} = 97,39$$

n = 97,39 atau 97 responden.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Dalam penelitian ini kuesioner yang terkumpul kemudian akan diolah menggunakan perangkat lunak (software) komputer yaitu SPSS (Statistical Package For Social Science) versi 21.0.

Uji Asumsi Klasik

Terdiri atas:

- Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal.

- Uji Heteroskedastisitas
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.
- Uji Multikolinieritas
Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).
- Koefisien Determinasi
Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variasi dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Analisis Data dan Hipotesis

Terdiri atas:

- Analisis Linear Berganda
Analisis linear berganda dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas yang digunakan memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat (Y).
- Uji t
Uji t digunakan untuk mengetahui apakah sebuah sampel berasal dari populasi yang mempunyai rata-rata (mean) yang sudah diketahui atau untuk menguji apakah rata-rata sebuah sampel sudah bisa mewakili populasinya.
- Uji F
Uji F digunakan untuk menguji homogenitas data, menguji signifikansi korelasi dan menguji linieritas data yang dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel yang didapat dari tabel F (Usman dan Akbar, 2003:113).
- Karakteristik Berdasarkan Bidang Kerja
Responden terbanyak berasal dari mahasiswa/mahasiswi dengan jumlah 75 dan jumlah terendah berasal dari pekerjaan lain-lain yaitu 4.
- Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin
Responden yang melakukan jasa Rizky Laundry Ketileng Semarang dengan jenis laki-laki berjumlah 17 sedangkan perempuan berjumlah 80 dari keseluruhan responden yang berjumlah 97.
- Karakteristik Berdasarkan pendapatan Perbulan
Responden terbanyak pendapatan perbulannya sebesar Rp. 500.000 – Rp. 1000.000 dengan jumlah 51 orang dan responden terendah pendapatan perbulannya sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 3000.000 dengan jumlah 13 orang.
- Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Berkunjung
Responden terbanyak melakukan pencucian dengan

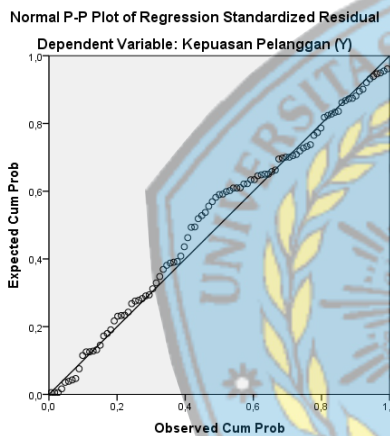
frekuensi berkunjung 1-2 kali yaitu 62 dan responden terendah dengan frekuensi berkunjung 5-6 kali yaitu 1 orang.

Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas Data



Sumber : Data Primer yang diolah

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa butir angket mengikuti diagonal dan berada disekitar garis, maka dapat dikatakan instrumen data yang digunakan berdistribusi normal.

- Multikolinearitas

Gambar 4.2

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error				
(Constant)	6,157	4,723		1,303	,196	
Harga (X1)	,501	,203	,243	2,470	,015	,868
Lokasi (X2)	,183	,248	,076	,737	,463	,794
Kualitas Pelayanan (X3)	,238	,090	,282	2,656	,009	,746

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

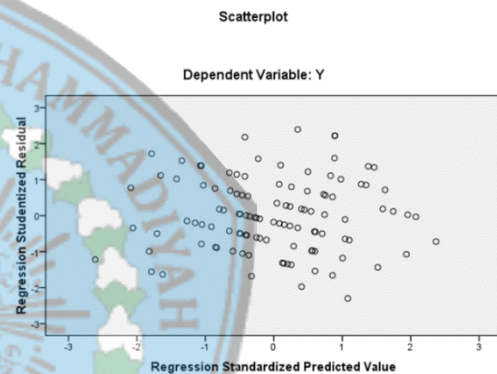
Sumber : Data Primer yang diolah

Dari data diatas nilai X1 tolerance 0,868 > 0,1 dan VIF 1,152 < 10, X2 tolerance 0,794 > 0,1 dan VIF 1,259 < 10, tolerance X3 0,746 > 0,1 dan VIF 1,341 < 10 maka dapat variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) tidak terjadi multikolinearitas.

- Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer yang diolah

Dari gambar diatas titik-titik yang ada tidak membentuk pola yang jelas dan berada diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika dilihat dari tingkat signifikansinya, model regresi dalam sebuah penelitian dikatakan bebas heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya < 0,05.

Berikut adalah penjelasan uji heteroskedastisitas berdasarkan tingkat signifikansinya:

Gambar 4.4

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	6,359	2,754		2,309	,023
Harga (X1)	,014	,118	,013	,121	,904
Lokasi (X2)	-,070	,145	-,055	-,484	,630
Kualitas Pelayanan (X3)	-,078	,052	-,175	-1,491	,139

Sumber : Data Primer yang diolah

Dari gambar 4.4 diatas, hasil nilai semua variabel independen berada diatas 0,05 yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas

Analisis Data dan Hipotesis

- Analisis Linear Berganda

Gambar 4.5

Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,157	4,723		1,303	,196
Harga (X1)	,501	,203	,243	2,470	,015
Lokasi (X2)	,183	,248	,076	,737	,463
Kualitas pelayanan (X3)	,238	,090	,282	2,656	,009

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Primer yang diolah

Dari hasil uji diatas dapat disusun persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 6.157 + 0.501 X_1 + 0.183 X_2 + 0.238 X_3 + 4.723$$

- Uji t

Gambar 4.6 Hasil Uji t

Model	T	Sig.
(Constant)	1,303	,196
Harga (X1)	2,470	,015
Lokasi (X2)	,737	,463
Kualitas pelayanan (X3)	2,656	,009

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Primer yang diolah

Dari gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai t_{hitung} koefisien Harga (X_1) sebesar 2.470 dan t tabel 1,660 dengan nilai signifikan

sebesar 0.015 dimana nilai ini kurang dari nilai alpha 0.05 sehingga menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

- Nilai t_{hitung} koefisien Lokasi (X_2) sebesar 0.737 dan t tabel 1,660 dengan nilai signifikan sebesar 0.463 dimana nilai ini lebih dari nilai alpha sebesar 0.05 sehingga menunjukkan bahwa variabel Lokasi memiliki pengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan.

- Hasil pengujian diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai $t = 2.656$ dan t tabel 1,660 dengan nilai signifikan 0.009 kurang dari nilai alpha sebesar 0.05 sehingga menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan .

- Uji F

Gambar 4.7 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	df	F	Sig.
Regression	3	8,722	,000 ^b
Residual	93		
Total	96		

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan gambar 4.7 hasil yang telah didapat dari uji uji F yaitu sebesar 8.722 dan F tabel sebesar 2,70 dengan nilai signifikannya 0.000. Dimana nilai signifikansi ini kurang dari nilai alpha sebesar 0,05 sehingga memberikan keputusan bahwa semua variabel independen (Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Kepuasan Pelanggan).

- Koefisien Determinasi

Gambar 4.8

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.469 ^a	.220	.194	3,39731

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan (X3), Harga (X1), Lokasi (X2)

Sumber : Data Primer yang diolah

Dari gambar 4.8 diatas menunjukkan bahwa R square memiliki nilai sebesar 0.220. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama antara Harga (X_1), Lokasi (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 22.0% selebihnya sebesar 78.0% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Pembahasan

- Pengaruh Harga (X_1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian terhadap

regresi, didapatkan nilai koefisien regresi sebesar 2.470 dengan tingkat signifikansi 0.015 hasil ini membuktikan bahwa variabel Harga (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan kata lain hipotesis diterima. Hal ini sesuai dengan Kotler dan Amstrong (2001:439). Harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rizky Laundry Ketileng Semarang.

Hal ini memberikan bukti bahwa harga jasa laundry yang ditawarkan oleh rizky laundry Ketileng Semarang kepada pelanggan kompetitif, terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diberikan merupakan salah satu cara untuk memuaskan pelanggan.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jefry F.T. Bailia, Agus dan Sjendry (2014) dengan judul “Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di kita Manado”. Hasil penenlitian ini menunjukkan bahawa harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- Pengaruh Lokasi (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian terhadap regresi, didapatkan nilai koefisien regresi sebesar 0.738 dengan tingkat signifikansi 0.463 hasil ini membuktikan bahwa variabel Lokasi (X_2) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan kata lain hipotesis ditolak. Menurut Kotler (2007), lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa yang mementingkan segi ekonominya. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi bukan merupakan faktor kedua dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dina Agustine dan Edwin (2016), dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Multilindo Utama Batam. Hasil dari penelitian ini adalah variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dalam penelitian ini lokasi bukan merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada jasa layanan Rizky Laundry Ketileng Semarang.

Lokasi dalam penelitian ini dapat diukur dari akses, visibilitas lalu lintas (*traffic*), fasilitas parkir, ekspansi, lingkungan, kompensasi dan peraturan pemerintah. Jika lokasi

strategis atau tidak strategis, tidak akan mempengaruhi para pelanggan untuk menggunakan jasa layanan Rizky Laundry Ketileng Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi jasa itu mudah dijangkau atau tidak, akses keluar masuk sulit atau tidak, para pelanggan akan tetap menggunakan karena terdapat beberapa faktor lain mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk tetap menggunakan antara lain kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan dan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

- Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian terhadap regresi, didapatkan nilai koefisien regresi sebesar 2.656 dengan tingkat signifikansi 0.009 hasil ini membuktikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan kata lain hipotesis diterima. Menurut Kotler (2009:38), Pelayanan atau *service* adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh pihak satu kepada pihak yang lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, dimana pelayanan meliputi *tangible, responsiveness, rebility, assurance, empathy*. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indra

Firdiyansyah (2017) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam.

Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jasa Rizky Laundry Ketileng Semarang memberikan layanan yang memuaskan kepada para pelanggan, sehingga pelanggan selalu merasa diistimewakan dan dihargai. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Rizky Laundry Ketileng Semarang sesuai dengan atandart dan sesuai dengan harapan pelanggan. Karyawan mampu melayani secara tepat dan tepat. Tepat memahami atau cepat tanggap dengan apa yang diinginkan para pelanggan. Komunikasi antar karyawan dengan pelanggan dapat berjalan dengan lancar dan baik, bahasa yang digunakan oleh karyawan dapat dipahami oleh pelanggan, dengan demikian tidak akan terjadi kesalahpahaman. Dapat memahami kebutuhan pelanggan dan dapat memberikan pelayanan yang maksimal sehingga para pelanggan tidak pernah merasa bosan.

- Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian ini bahwa terdapat pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan

berpengaru terhadap kepuasan pelanggan pada Rizky Laundry Ketileng Semarang. Berdasarkan pengolahan dengan menggunakan program SPSS diperoleh nilai $R^2 = 0.220$. Hasil ini menunjukkan bahwa 22,0% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu harga, lokasi dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu 78,0% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

Hal ini di dukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anggi Setyo Boedi (2018) dengan judul “Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan (studi pada Perusahaan Air Minum A3 Fresh O2 Bondowoso)” yang hasilnya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan

Berikut adalah kesimpulan dari penelitian ini:

1. Harga (X_1) nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.015. Karena $0.015 < \alpha 0.05$ maka H_1 diterima yang berarti Harga (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Lokasi (X_2) nilai probabilitas sebesar 0.453. Karena $0.453 > \alpha 0.05$ maka H_2 ditolak yang berarti bahwa Lokasi

- (X₂) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
3. Kualitas Pelayanan (X₃) nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.009. Karena $0.009 < \alpha 0.05$ maka H₃ diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X₃) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)/
 4. Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Rizky Laundry Ketileng Semarang Hasil dari F hitung sebesar 8.722 dengan nilai signifikannya 0.000. Hasil dari F hitung sebesar 8.722 dengan nilai signifikannya 0.000. Dimana nilai signifikansi ini kurang dari nilai alpha sebesar 0,05 sehingga memberikan keputusan bahwa semua variabel independen (Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Kepuasan Pelanggan).
 5. Koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai R² sebesar 0.220 ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rizky Laundry Ketileng Semarang sebesar 22,0% sisanya 78,0% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel dalam penelitian ini.
 6. Hasil uji regresi linier berganda diperoleh hasil persamaan model regresi $Y = 6.157 + 0.501 X_1 + 0.183 X_2 + 0.238 X_3 + 4.723$

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan melalui penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi para peneliti lain dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan memasukkan variabel-variabel lain selain Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan. Hal tersebut didasarkan atas diperolehnya nilai R Square sebesar 22.0% sehingga potensi penelitian untuk variabel lain dalam penelitian dengan orientasi Kepuasan Pelanggan sebesar 78.0%.
2. Bagi Rizky Laundry Ketileng Semarang Sebagai input atau bahan masukan dan sumbangan pikiran dalam upaya peningkatan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi yang berkualitas.

Daftar Pustaka

- A. Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 1985. "Problems and Strategies in Services Marketing". *Jurnal of Marketing* Vol. 49. (Spring).
- Abhiyoga, Narendra. 2013. "Pengaruh Pengadopsian International Financial Reporting Standard (IFRS) terhadap Manajemen laba". Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Adi, Saputro. 2010. "Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran". Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Adjani, Sagita dan Adam, Helmy. 2013. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prestasi Belajar Mahasiswa pada Mata Kuliah Pengantar Akuntansi*. Artikel. Diakses pada 20 Desember 2014, dari <http://download.portalgaruda.org/article.php>

