

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Mega Central Finance (Mcf) Cabang Karawaci Tangerang

Suwardi¹⁾, Yanti Puspa Rini²⁾

¹²Universitas Budhi Dharma

Email : suardi3081999@email.com¹⁾ , yanti.pusparini@ubd.ac.id²⁾

ABSTRAK

Penelitian dilaksanakan dengan tujuan yaitu mengetahui dampak kualitas pelayanan, harga dan lokasi pada kepuasan pelanggan pada PT Mega Central Finance (MCF). Peneliti menyebar kuisioner kepada 200 responden pelanggan PT Mega Central Finance (MCF). Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif karena data yang dianalisis berupa angka-angka yang diperoleh dari jawaban responden pada kuisioner yang diberikan. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh persamaan linier $Y = 2,274 + 0,116 + 0,360 + 0,464$. Jika Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi terjadi kenaikan atau penurunan, hal ini akan berdampak pada nilai Kepuasan Pelanggan dengan kenaikan atau penurunan sebesar 0,116, 0,360, dan 0,464. Hasil perhitungan data menggunakan software statistik SPSS 25.0 diperoleh hasil dari hipotesis yang diajukan yaitu Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi memiliki efek positif terhadap Kepuasan Pelanggan PT Mega Central Finance (MCF).

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Harga, lokasi, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis antar perusahaan jasa membawa peluang dan tantangan dengan munculnya banyak jenis usaha baru bagi pelaku usaha. Fenomena ini menuntut setiap perusahaan untuk terus meningkatkan kinerjanya guna memperoleh keunggulan kompetitif dan menjaga keberlangsungan usaha. Lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat dan ketidakpastian bisnis menyebabkan perusahaan harus memikirkan secara matang bagaimana menerapkan strategi yang tepat untuk mencapai tujuannya dengan tetap mampu memuaskan pelanggan..

Menciptakan kepuasan pelanggan merupakan bukti nyata keberhasilan suatu perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan pada produk superior perusahaan. Kepuasan memegang peranan penting dalam keberhasilan suatu bisnis, karena pelanggan yang puas akan termotivasi untuk terus menggunakan produk dan jasa, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan loyal terhadap produk dan layanan perusahaan. Selain itu, kepuasan pelanggan akan mendorong mereka secara sukarela merekomendasi pada orang lain, sehingga bisnis dapat menggunakan kepuasan pelanggan sebagai alat periklanan yang efektif.

Setiap pelaku bisnis tentu ingin memiliki pelanggan yang setia pada situasi banyaknya pesaing usaha, karena dengan memiliki pelanggan yang setia akan memperkuat posisi bisnis untuk bertahan dan terus berjalan, sehingga para pelaku bisnis dapat menghemat anggaran dengan minimnya *cost* dalam mencari calon pembeli atas produk yang ditawarkannya. Penting bagi pelaku bisnis untuk memahami keinginan konsumen dan melakukan upaya untuk memenuhi kebutuhannya guna menciptakan kepuasan bagi mereka. Kepuasan konsumen mencerminkan kondisi konsumen merasa bahwa kebutuhannya telah terpenuhi sesuai dengan yang diharapkan setelah mengkonsumsi suatu produk. Konsumen yang puas akan kembali membeli pada masa depan sehingga menguntungkan bagi bisnis. Oleh karena itu, pelaku usaha harus memperhatikan determinan yang menciptakan dan meningkatkan puasanya pelanggan, antara lain kualitas pelayanan, harga dan lokasi usaha.

Kualitas pelayanan merupakan penentu yang berkontribusi pada tinggi ataupun rendahnya tingkat kepuasan yang diterima pelanggan atas konsumsi produk. Pelayanan yang berkualitas, ramah, cepat dan tulus akan menciptakan kepuasan yang memungkinkan konsumen akan mudah mengingat bila dilayani dengan baik. Kualitas pelayanan menggambarkan berbagai upaya perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen sebagai prioritas utama. Pelayanan yang baik akan menimbulkan kesan positif yang membuat konsumen senang dan puas terhadap produk, sedangkan pelayanan yang buruk dapat membuat konsumen marah, kecewa dan tidak mau kembali membeli lagi. Kualitas pelayanan menunjukkan kemampuan pegawai dalam memenuhi permintaan produk konsumen, menyelesaikan keluhan konsumen, dan berkomunikasi secara baik dengan konsumen, yang pada akhirnya akan memperoleh kepercayaan mereka. pada keandalan layanan perusahaan, yang pada akhirnya akan memberikan kebahagiaan yang mencerminkan kepuasan mereka. . Semakin baik pelayanan suatu perusahaan maka semakin besar pula peluangnya untuk membuat konsumen puas.

Sebelum melakukan pembelian, konsumen seringkali memikirkan harga yang harus mereka bayar untuk suatu produk. Jika harga suatu produk tinggi, konsumen akan menganggap hal ini sebagai masalah karena sebagian besar konsumen lebih menyukai produk yang harganya terjangkau. Penetapan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen akan menciptakan kepuasan bagi konsumen karena kebutuhannya dapat terpenuhi. Harga merupakan alat ukur yang menunjukkan kesesuaian konsumen terhadap suatu produk sehingga membantu mereka memiliki rasa percaya diri saat membeli produk tersebut. Konsumen akan membandingkan harga dengan manfaat produk dan layanan yang akan mereka rasakan setelah membeli produk tersebut. Ketika harga suatu produk sesuai dengan persepsi konsumen terhadap kegunaan, maka konsumen akan merasa bahwa produk tersebut memberikan kepuasan bagi dirinya.

Pelaku usaha harus bijak dalam memilih tempat usahanya, karena lokasi yang tepat bisa memicu meningkatnya hasrat konsumen berkunjung dan akan mendatangkan keuntungan lebih bagi

usahanya. Pemilihan ketepatan lokasi dimana suatu usaha berada di kawasan ramai dengan akses transportasi memadai, cenderung dapat menarik konsumen untuk datang, artinya ketepatan lokasi layak diterapkan oleh para pemilik usaha. faktor terkait lokasi meliputi lokasi yang nyaman untuk berpergian, area sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, keamanan, kenyamanan pelanggan terjamin, fasilitas penunjang. Lokasi memastikan jangkauan konsumen yang cenderung memotivasi perubahan perilaku konsumen dalam kebiasaan pembelian mereka. Reaksi positif yang ditunjukkan pelanggan dapat disebabkan juga oleh desain, tata letak dan fasilitas lengkap yang memberikan efek pada perilaku konsumen untuk memutuskan pembelian.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Kasmir, 2022) Kepuasan menunjukkan perasaan bahagia atau kecewa yang terjadi sebagai hasil kesan dari konsumsi produk yang berada diatas ataupun dibawah ekspektasi konsumen. kecewa /tidak puas merupakan situasi dimana kinerja dibawah ekspektasi.

Menurut (Tjiptono, 2019) menyatakan bahwa:

“Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi konsumen pada kinerja produk yang berasal dari pengalaman konsumen pada produk. Konsumen akan melakukan perbandingan atas apa yang dirasakan pada produk dengan harapan.

Kualitas Pelayanan

Menurut (Arikunto, 2018:83) menyatakan bahwa :

“Kualitas Pelayanan yaitu tindakan mengutamakan kepentingan konsumen dan kebutuhannya dalam ketepatan pelayanan agar mendapat respon positif dari pelanggan atas kinerja layanan yang diberikan”.

Menurut (Sutanto & Aprianingsih, 2016, p. 219) menyatakan yaitu :

“Kualitas pelayanan segala upaya agar dinilai layanan pada konsumen berkualitas sehingga mampu memuaskan karena memenuhi standar konsumen”.

Harga

Menurut (Tjiptono, 2019:164) menyatakan bahwa:

“Harga merupakan sebuah nilai yang tertera pada sebuah produk mengenai seberapa besar uang yang harus diberikan sebagai alat tukar untuk mendapatkan produk”.

Menurut (Ekasari & Putri, 2021) mengatakan bahwa:

“Harga merupakan total uang yang wajib diberikan konsumen untuk mendapatkan manfaat produk”.

Menurut (Priansa, 2019) mengatakan bahwa:

“Harga merupakan nominal yang melekat pada produk yang menunjukkan nilai suatu produk yang dinilai dari satuan mata uang yang sah dan diakui”.

Lokasi

Menurut (Tjiptono, 2019) mengatakan bahwa:

lokasi merupakan tempat aktivitas pemasaran yang mempermudah penyaluran produk dari produsen kepada konsumen secara cepat dan efisien.

Menurut (Lupiyoadi, 2018) mengatakan bahwa:

Lokasi merupakan keputusan yang dipertimbangkan dan dipilih organisasi atau instansi mengenai dimana operasional usaha dan stafnya ditempatkan.

Menurut (Irfiana et al., 2023) mengatakan bahwa:

Lokasi merupakan tempat menjalankan kegiatan usaha dimana tempat penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi atas produk.

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian kuantitatif dengan menganalisis hasil kuisioner berbentuk angka yang dihitung dengan bantuan software statistik. Angka tersebut diperoleh dari jawaban responden yang mengisi kuisioner penelitian (Sekaran & Bougie, 2020, p.112)

Jenis Data

Data primer diperoleh secara langsung dari responden, sedangkan data sekunder diterima dari pihak ketiga yang mempublikasikan untuk tujuan tertentu (Sekaran & Bougie, 2020).

Sumber Data

Sumber data primer dikumpulkan dari kuisioner yang diberikan pada konsumen PT Mega Cental Finance. Data pendukung dikutip dari buku, artikel ilmiah, dan website.

Populasi

Menurut (Sugiyono 2019 : 126) Populasi adalah keseluruhan dari objek berupa individu, unit atau institusi yang memiliki kriteria tertentu untuk diteliti.

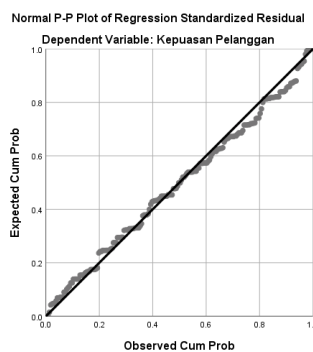
Pada penelitian ini yang menjadi populasi yaitu konsumen PT Mega Cental Finance.

Sampel

Pemilihan sampel menggunakan Teknik *purposive sampling*, syaratnya yaitu responden wajib memenuhi kriteria khusus yang ditentukan peneliti pada penelitian ini. teori yang dikembangkan oleh (Hair et al., 2018) digunakan untuk menentukan jumlah sampel yaitu 5-10 kali jumlah item pernyataan kuisioner. Penelitian ini menggunakan 40 item pernyataan sehingga total sampel sebanyak 200 orang.

HASIL

Uji Normalitas



Sumber: Output SPSS 25

Gambar P-Plot Menunjukkan titik plotting mengikuti garis diagonal lurus artinya sebaran data terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

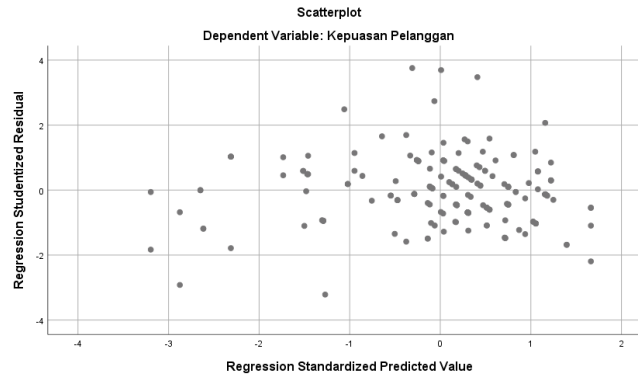
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.881	1.135
	Harga	.810	1.234

	Lokasi	.728	1.374
--	--------	------	-------

Sumber: Output SPSS 25

Nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, hasil menunjukkan data terbebas masalah multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas



Grafik menunjukkan titik plotting tersebar dan tidak membentuk pola khusus, sehingga model terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.886 ^a	.784	.781	1.83707

R-square (R²) yaitu 0.874 artinya kemampuan kualitas pelayanan, harga dan lokasi mampu memberikan efek pada kepuasan pelanggan sebesar 78,4%.

Uji T (Parsial)

Pengujian dimaksudkan untuk mengidentifikasi pengaruh yang terjadi.

Coefficients^a

		t	Sig.
1	(Constant)	17.030	.000
	Kualitas Pelayanan	6.679	.000

Mengacu pada tabel diatas diperoleh nilai sig 0,000 < 0,05, hasil menunjukkan kualitas pelayanan berdampak pada kepuasan pelanggan.

Coefficients^a

		t	Sig.
1	(Constant)	7.764	.000
	Harga	12.794	.000

Mengacu pada tabel diatas diperoleh nilai sig $0,000 < 0,05$, hasil menunjukkan harga berdampak pada kepuasan pelanggan.

Coefficients^a

		t	Sig.
1	(Constant)	9.916	.000
	Lokasi	17.939	.000

Mengacu pada tabel diatas diperoleh nilai sig $0,000 < 0,05$, hasil menunjukkan lokasi berdampak pada kepuasan pelanggan

Uji F (Simultan)**ANOVA^a**

Model		F	Sig.
1	Regression	237.415	.000 ^b
	Residual		
	Total		

Mengacu pada tabel diatas diperoleh nilai F sig $0,000 < 0,05$, hasil menunjukkan adanya efek secara simultan kualitas pelayanan, harga dan lokasi pada kepuasan pelanggan

KESIMPULAN

Pengujian penelitian telah memberikan hasil yang telah diuraikan pada bab sebelumnya sehingga ditarik kesimpulan yaitu baik secara parsial maupun simultan dilaporkan adanya pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

REFERENSI

- Adha, R.N, N & Hafidzi, A. H. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, Budaya Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dinas Sosial Kabupaten Jember. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4(1), 47–6, 52.
- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Zanafa Publisng.
- Aisyah et al. (2022). *Pengaruh Lingkungan Kerja dan Insentif terhadap Kinerja Karyawan PT. Capella Medan*. Politeknik Negeri Media Kreatif, Universitas Widuri, Universitas Presiden.
- Ajabar. (2020). *Sumber daya Manusia*. Group Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Anam, C. (2018). “Pengaruh Motivasi, Kompetensi, Kepemimpinan, Lingkungan Kerja dan

- Disiplin Kerja terhadap Kinerja Guru di Sekolah Menengah Kejuruan Unggulan NU Mojoagung Kabupaten Jombang.” *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Islam, Vol. 04. N.*
- Ansory, A. F. & I. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi Revi). Indonesia Pustaka.
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah, Manajemen Sumber Daya Manusia, Vol. 3 No.*
- Darmadi, D. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Indomaret Cabang Kelapa Dua Gading Serpong Kabupaten Tangerang. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 3(3), 240–247. <https://doi.org/10.32493/frkm.v3i3.5140>
- Daryanto, B. dan. (2018). *Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan*. Gava Media.
- Dewi, P. P. (2015). Pengaruh Self Efficacy Dan Motivasi Kerja Pada Kepuasan Kerja Karyawan Happy Bali Tour & Travel Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2).
- Effendi, E., Mursilah, M., & Mujiono, M. (2018). Korelasi Tingkat Perhatian Orang Tua dan Kemandirian Belajar dengan Prestasi Belajar Siswa. *Titian Ilmu: Jurnal Ilmiah Multi Sciences*, 10(1), 17–23. <https://doi.org/10.30599/jti.v10i1.131>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. CV Budi Utama.
- Hamali, A. Y. (2018). *Pemahaman Sumber Daya Manusia*. PT Buku Seru.
- Hasibuan, M. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi Revi). PT. Bumi Aksara.
- Kaswan, A. (2016). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Alfabeta.
- Mangkunegara. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mangkunegara, A. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Remaja Rosdakarya.
- Nitisemito, A. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (P. Setia (ed.)).
- Nurhelivia. (2020). *PENGARUH PELATIHAN DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT OSI ELECTRONICS*. UNIVERSITAS PUTERA BATAM.
- Prasadja, R. (2018). *Human Capital Management*. IN Media.
- RAFSANJANI, B. (2018). *PENGARUH PELATIHAN KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN (Studi di PT. Nikomas Gemilang Bagian Personalia Divisi Nike)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN.
- Robbins, Stephen P., T. A. J. (2016). *Perilaku Organisasi* (Edisi 16). Salemba Empat.
- Santoso, A. B., & Fitriyanti. (2020). Pengaruh Kepemimpinan dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bagian Operasional PT. Bank Central Asia, TBK. Kantor Pusat Jakarta Barat. *Jurnal Ilmiah, Manajemen Sumber Daya Manusia*, 4(1), 33–40.
- Simamora, H. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Gramedia.
- Sri, L. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Cetakan Pe). CV Budi Utama.
- Sugiyono. (2019). prof. dr. sugiyono, metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d. intro (PDFDrive).pdf. In *Bandung Alf* (p. 143).
- Widodo. (2018). Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Disiplin Kerja dan Pelatihan Kerja terhadap Kinerja Karyawan di PT Telkom Indonesia Cabang Batam. *Jurnal Industri Kreatif (JIK)*, Vol. 2 no., 15.