

# **PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA TB. SUGENG KARYA KECAMATAN SALAMAN KABUPATEN MAGELANG**

**Rosnawati**

Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Muhammadiyah purworejo

[Rosnawa@yahoo.com](mailto:Rosnawa@yahoo.com)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi, harga, dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen pada TB. Sugeng Karya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen TB. Sugeng Karya. Penentuan jumlah sampel menggunakan teori dari Roscoe tentang ukuran sampel untuk penelitian, diperoleh sampel 50 konsumen. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Berdasarkan analisis deskriptif variabel lokasi kategori baik dengan presentase sebesar 48%, sedangkan untuk variabel harga kategori kompetitif dengan presentase sebesar 38%, variabel kualitas layanan kategori baik dengan presentase sebesar 40% dan variabel loyalitas konsumen kategori loyal dengan presentase sebesar 36%. Hasil analisis kuantitatif menunjukkan bahwa (1) variabel lokasi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen sebesar 14,89%. (2) variabel harga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen sebesar 79,38%. (3) variabel kualitas layanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen sebesar 9,67%. (4) Hasil uji F, dapat diketahui ( $F_{hitung} = 99,528$ ;  $sig \leq 0,05$  maka signifikan). (5) Hasil analisis koefisien korelasi ganda (Adjusted R Square = 0,858;  $sig \leq 0,05$ ). Pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 85,80% sedangkan 14,20% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata kunci** : lokasi, harga, kualitas layanan, loyalitas konsumen.

## **A. PENDAHULUAN**

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi, maka dunia usahapun mengalami perkembangan yang pesat. Perkembangan pesat dalam dunia usaha juga memberikan gambaran tentang kesejahteraan masyarakat yang semakin meningkat, kesejahteraan yang meningkat ini akan meningkatkan pula daya beli masyarakat. Hal ini dilakukan untuk memperoleh pelanggan yang loyal, sehingga meraih keunggulan pasar yang kompetitif.

Loyalitas secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas konsumen merupakan

manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut (Hatane Samuel dan Foedjawati, 2005). Terciptanya loyalitas pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, selain itu lokasi perusahaan juga sangat berpengaruh terhadap keharmonisan kepada pelanggan.

Menurut Kottler (2004: 446) dalam Bob Foster, "*Retailing are accustomed to saying that the three keys to success are location, location and. Location*". Jadi tiga kunci sukses bagi toko eceran adalah lokasi, lokasi dan lokasi. Lokasi juga akan mempengaruhi citra toko atau kepribadian toko dan kekuatan daya tarik yang dibuat oleh toko terhadap pelanggannya.

Harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran (Ferdinand, 2002). Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk/jasa dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk kembali melakukan pembelian suatu produk.

Menurut Goetsch dan Davis (1994) dalam Tjiptono (2008:82) "Kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan." "Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan" (Tjiptono, 2008:85). Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi produk/jasa, pelanggan yang menilai tingkat kualitas layanan dari sebuah perusahaan atau toko.

Untuk dapat menarik perhatian dari konsumen dan juga dapat bersaing dengan toko lainnya, maka TB. Sugeng Karya memberikan pelayanan kepada konsumen dengan semaksimal mungkin, agar konsumen merasa puas dengan

pelayanan yang diberikan, serta supaya konsumen akan tetap setia membeli barang di toko tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan dapat diidentifikasi bahwa, Pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen belum diketahui, pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen belum diketahui, pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen belum diketahui, pengaruh lokasi, harga dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen belum diketahui.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi terhadap loyalitas konsumen pada TB. Sugeng Karya, untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap loyalitas konsumen pada TB. Sugeng Karya, untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen pada TB. Sugeng Karya, untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi, harga dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen pada TB. Sugeng Karya.

## **B. METODE PENELITIAN**

Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Penelitian dilakukan di TB. Sugeng Karya Kecamatan Salaman Kabupaten Magelang, sedangkan waktu penelitian dilakukan pada bulan Mei 2017 sampai Juni 2017. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan. Teknik sampel yang digunakan adalah probability sampling adalah simple random sampling. Metode pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner). Instrumen penelitian menggunakan uji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen.

## **C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan analisis deskriptif variabel lokasi pada umumnya berada pada kategori baik dengan presentase 48% (lihat Tabel 7). Berdasarkan analisis

deskriptif variabel harga kategori kompetitif dengan presentase sebesar 38% (lihat Tabel 8). Variabel kualitas layanan secara umum berada pada kategori baik dengan presentase yaitu 40% (lihat Tabel 9). Variabel harga kategori kompetitif dengan presentase sebesar 38%. Variabel loyalitas konsumen kategori loyal dengan presentase sebesar 36% (lihat Tabel 10).

**Tabel 7**  
**Variabel Lokasi**

| Skor      | Kategori          | Frekuensi | Persentase (%) |
|-----------|-------------------|-----------|----------------|
| 2<br>2-25 | Sangat Baik       | 2         | 4              |
| 1<br>8-21 | Baik              | 24        | 48             |
| 1<br>4-17 | Kurang Baik       | 14        | 28             |
| 1<br>0-13 | Tidak Baik        | 6         | 12             |
| 5<br>-9   | Sangat Tidak Baik | 4         | 8              |

Sumber : data yang diolah

**Tabel 8**  
**Variabel Harga**

| Skor      | Kategori                | Frekuensi | Persentase (%) |
|-----------|-------------------------|-----------|----------------|
| 2<br>2-25 | Sangat kompetitif       | 13        | 26             |
| 1<br>8-21 | Kompetitif              | 19        | 38             |
| 1<br>4-17 | Kurang Kompetitif       | 7         | 14             |
| 1<br>0-13 | Tidak Kompetitif        | 9         | 18             |
| 5<br>-9   | Sangat Tidak Kompetitif | 2         | 4              |

Sumber : data yang diolah

**Tabel 9**  
**Variabel Kualitas Layanan**

| Skor  | Kategori          | Frekuensi | Persentase (%) |
|-------|-------------------|-----------|----------------|
| 22-25 | Sangat Baik       | 11        | 22             |
| 18-21 | Baik              | 20        | 40             |
| 14-17 | Kurang Baik       | 10        | 20             |
| 10-13 | Tidak Baik        | 7         | 14             |
| 5-9   | Sangat Tidak Baik | 2         | 4              |

Sumber : data yang diolah

**Tabel 10**  
**Variabel Loyalitas Konsumen**

| Skor  | Kategori           | Frekuensi | Persentase (%) |
|-------|--------------------|-----------|----------------|
| 22-25 | Sangat Loyal       | 10        | 20             |
| 18-21 | Loyal              | 18        | 36             |
| 14-17 | Kurang Loyal       | 12        | 24             |
| 10-13 | Tidak Loyal        | 8         | 16             |
| 5-9   | Sangat Tidak Loyal | 2         | 4              |

Sumber : data yang diolah

Berdasarkan analisis kuantitatif, terdapat pengaruh positif dan signifikan baik secara individu maupun secara simultan. Pengaruh Lokasi ( $X_1$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Pada hasil uji r diperoleh  $r_{x_1y} = -0,386$  dan  $t_{hitung} = -2,834$  dengan  $sig = 0,007 \leq 0,05$  diperoleh koefisien determinasi  $(r)^2 = 0,1489$  atau 14,89%. Pengaruh Harga ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Pada hasil uji r diperoleh  $r_{x_2y} = 0,891$  dan  $t_{hitung} = 13,316$  dengan  $sig = 0,000 \leq 0,05$  diperoleh  $r_{x_2y} = 0,891$  dan diperoleh koefisien determinasi  $(r)^2 = 0,7938$  atau 79,38%. Pengaruh Kualitas Layanan ( $X_3$ ) terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Pada hasil uji r diperoleh  $r_{x_3y} = 0,311$  dan  $t_{hitung} = 2,218$  dengan  $sig = 0,032 \leq 0,05$  diperoleh  $r_{x_3y} = 0,311$  dan diperoleh koefisien determinasi  $(r)^2 = 0,0967$  atau 9,67%. Pengaruh Lokasi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Kualitas Layanan ( $X_3$ ) secara bersama-sama terhadap Loyalitas Konsumen (Y).

**Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. | Correlations |         |       |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|--------------|---------|-------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Zero-order   | Partial | Part  |
| 1 (Constant) | 2.512                       | 1.018      |                           | .467  | .017 |              |         |       |
| X1           | -.563                       | .199       | -.641                     | 2.834 | .007 | .502         | -.386   | -.153 |
| X2           | .938                        | .070       | .980                      | 3.316 | .000 | .915         | .891    | .717  |
| X3           | .487                        | .219       | .519                      | 2.218 | .032 | .563         | .311    | .119  |

a. Dependent Variable: Y

**Hasil Ringkasan Koefisien Korelasi Ganda**

**Model Summary**

| Model | R                 | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics |          |     |     |               |
|-------|-------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|-----|-----|---------------|
|       |                   |                   |                            | R Square Change   | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change |
| 1     | .931 <sup>a</sup> | .867              | 1.53175                    | .867              | 99.528   | 3   | 46  | .000          |

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

**ANOVA<sup>b</sup>**

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 700.553        | 3  | 233.518     | 99.528 | .000 <sup>a</sup> |
| Residual     | 107.927        | 46 | 2.346       |        |                   |
| Total        | 808.480        | 49 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

**D. SIMPULAN DAN SARAN**

Dari simpulan yang telah diperoleh maka dapat disampaikan bagi perusahaan dengan memperhatikan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya maka TB. Sugeng Karya Kecamatan Salaman Kabupaten Magelang dengan adanya hubungan dan pengaruh antara lokasi, harga, dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen. Variabel Lokasi, Harga, dan Kualitas Layanan yang memiliki nilai pengaruh yang baik terhadap Loyalitas Konsumen, yaitu 48%, 38% dan 40%. Oleh karena itu, untuk membuka sutau perusahaan harus dapat memilih tempat usaha yang bagus (strategis), menetapkan strategi harga yang tepat sehingga calon konsumen dapat terangsang untuk melakukan suatu putusan pembelian, serta meningkatkan kualitas yang baik sehingga para konsumen akan setia dan kembali melakukan pembelian pada TB. Sugeng Karya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Eko Putro Widoyoko.S. 2015. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kasmir dan Jakfar. 2008. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Kotler Philip dan Keller, Kevin lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: PT Indeks.

166 | Rosnawati : Pengaruh Lokasi, Harga (159-166)

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*

Bandung: Alfabeta