

PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN UD SUMBER JAYA MOTOR DENPASAR BALI

Ni Ketut Sukanti¹⁾, Putu Gede Denny Herlambang²⁾, Made Ayu Desy Geriadi³⁾,
Kurniawan⁴⁾

Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai

ketut.sukanti@unr.ac.id¹⁾, denny.herlambang@unr.ac.id²⁾, desy.geriadi@unr.ac.id³⁾,
awank3394@gmail.com⁴⁾

ABSTRACT

Therefore, suppliers of parts products must further improve their quality, because product providers must first provide satisfaction to their customers so that consumers will be loyal to buy our products. This satisfaction can be achieved by providing optimal service quality and strategic locations and prices that are in accordance with quality to customers. The study aims to determine the effect partially between location, price and service quality on consumer loyalty at UD Sumber Jaya Motor Denpasar Bali, with sample of 100 respondents. Date where analyze use the Classical Asumptiion Test, Coefficient of Determinatioon, Simultanion (F-test) and Partial (T-test). The result show that there was positif and significant influence simultaneously or partially between location, price, service quality on consumer loyalty at UD Sumber Jaya Motor Denpasar Bali.

Keywords: Consumer Loyalty, Location, Price, Service Quality.

ABSTRAK

Oleh karena itu penyedia produk sperpart harus lebih meningkatkan kualitasnya, karena yang pertama-tama, penyedia produk sudah seharusnya memberi kepuasan yang extra kepada pelanggan-pelanggannya. Suatu kepuasan akan dapat kita dicapai dengan cara seperti: kualitas layanan yang diberikan haruslah semaksimal mungkin, lokasi haruslah strategis dan harga yang sesuai dengan kualitas kepada pelanggan. Adapun tujuan daripada peelitian ini antara lain supaya mengetahui pengaruh secara partial ataupun simultan diantara lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen UD Sumber Jaya Motor Denpasar Bali, dengan jumlah sampel 100 responden. Digunakan analisis data antara lain : Uji Asumsi Klasik, Koefisien Determinan, Uji F dan yang terakhir Uji t. Setelah melakukan penelitian, sehingga mendapatkan hasil yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan baik secara simultan ataupun partial diantara lokasi, harga, kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen UD Sumber Jaya Motor Denpasar Bali.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Layanan, Lokasi, Loyalitas Konsumen.

PENDAHULUAN

Kotler dan Armstrong (2012) mengemukakan pengertian dari harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, sedangkan harga dalam arti luas nya ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Loyalitas pelanggan maupun konsumen adalah salah satu unsur yang penting untuk keberlangsungan usaha atau suatu bisnis sehingga hal ini menjadi alasan utama suatu pelaku suatu usaha atau bisnis guna mempertahankan loyalitas para konsumen atau pelanggannya. Menurut Hasan (2013:121) loyalitas pelanggan atau konsumen dapat dikatakan sebuah hal pokok kesuksesan, dari awal sampai dalam waktu jangka panjang sedangkan menurut Sulistyanto (2015), pelanggan dikatakan loyal terhadap suatu toko atau perusahaan apabila dia bersedia selalu membeli produk atau jasa perusahaan atau toko

berkali-kali atau berulang-ulang sekaligus bersedia memberikan rekomendasi pembelian ke orang lain.

Sumber jaya motor adalah sebuah Ud yang bergerak di bidang jasa penjualan onderdil (Sparepart) yang menyediakan berbagai alat suku cadang bus maupun truck. Dari merek Hino, Nissan dan Mitshubishi. Seperti dari alat body yaitu: Lampu, Bumper, Pir, Kanvas dan alat-alat mesin lainnya. Sehingga Sumber Jaya Motor menjadi salah satu solusi yang berperan penting untuk memenuhi kebutuhan maupun ke inginan konsumen seperti pada bengkel-bengkel dan perusahaan yang memiliki kendala pada mobil truck maupun busnya. Sumber jaya motor juga menyediakan jasa pesanan antar jemput sparepart yang di perlukan konsumen agar konsumen lebih mudah membeli barang apapun yang diinginkan hanya dari rumah saja. Oleh karena Ud Sumber jaya motor harus dapat memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen. Meskipun demikian, dari kualitas layanan sudah di optimalkan dengan baik sesuai keinginan dan harapan pelaku bisnis, tentu masih terjadi berbagai keluhan-keluhan dari para konsumen maupun pelanggan seperti dari lokasi parkir yang sempit sehingga sebagian konsumen parkir di bahu jalan, harga yang kadang naik turun pada stiap produk maupun harga yang berbeda dengan toko lain dan kualitas pelayanan yang kurang cepat dalam pembelian sparepart yang kadang indent (membutuhkan waktu). Sehingga konsumen harus menunggu berhari-hari dan bahkan berminggu-minggu akibat dari pesanan barang yang kehabisan stok.

Dengan demikian hal itu akan menjadi permasalahan dan mempengaruhi tingkat pendapatan penjualan pada Ud sumber jaya motor.

**Tabel 1. Total pendapatan UD Sumber Jaya Motor
dari Tahun 2018-2020**

No	Bulan	Tahun		
		2018	2019	2020
1	Januari	Rp. 68.530.000,-	Rp. 72.000.000,-	Rp. 70.650.000,-
2	Februari	Rp. 75.470.000,-	Rp. 63.350.000,-	Rp. 65.900.000,-
3	Maret	Rp. 98.290.000,-	Rp. 68.500.000,-	Rp. 60.700.000,-
4	April	Rp. 66.000.000,-	Rp. 67.450.000,-	Rp. 74.700.000,-
5	Mei	Rp. 74.600.000,-	Rp. 71.700.000,-	Rp. 65.780.000,-
6	Juni	Rp. 84.450.000,-	Rp. 71.900.000,-	Rp. 65.500.000,-
7	Juli	Rp. 71.000.000,-	Rp. 99.000.000,-	Rp. 67.600.000,-
8	Agustus	Rp. 103.650.000,-	Rp. 66.100.000,-	Rp. 65.900.000,-
9	September	Rp. 70.900.000,-	Rp. 76.850.000,-	Rp. 66.600.000,-
10	Oktober	Rp. 99.800.000,-	Rp. 84.500.000,-	Rp. 70.500.000,-
11	November	Rp. 130.750.000,-	Rp. 82.000.000,-	Rp. 70.350.000,-
12	Desember	Rp. 101.180.000,-	Rp. 77.600.000,-	Rp. 70.100.000,-
	Jumlah	Rp. 1.044.620.000,-	Rp.900.950.000,-	Rp.814.280.000,-

Sumber: UD Sumber jaya motor

Kalau kita lihat tabel pendapatan pada tabel 1, maka dapat kita simpulkan sejak tahun 2018 Total pendapatan tertinggi dengan jumlah mencapai sebesar Rp.1.044.620.000,-. Sedangkan pada tahun 2019 mulai mengalami penurunan dengan total pendapatan sebanyak Rp.900.950.000,-. Kemudian dari pada itu, di tahun 2020 mengalami penambahan penurunan dengan total pendapatan sebesar Rp.814.280.000,- yang dimana tentu akibat dari

permasalahan yang terjadi pada lokasi yang sempit, harga yang berbeda dengan toko lain dan kualitas layanan yang berkurang sehingga mempengaruhi tingkat loyalitas pada konsumen.

Menurut Lovelock, dkk. (2012), kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan konsumen, sedangkan menurut Tjiptono (2011:59), Kualitas layanan bisa disebut juga sebagai sebuah tingkat unggul produk dan mengendalikan tingkatan itu supaya keinginan konsumen terpenuhi. (Chan, 2020) mengemukakan bahwa hanya tiga dimensi (Aspek Fisik, Keandalan, dan Pemecahan Masalah) yang berhubungan positif dengan loyalitas pelanggan terhadap toko, dan satu dimensi (Interaksi Pribadi) kualitas layanan ritel berhubungan positif dengan loyalitas pelanggan kepada staf.

Hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas konsumen, dapat dilihat dari hasil penelitian yang didapatkan Fadhlur (2018), yaitu kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Akan tetapi penelitian dari Pongoh (2018), mendapatkan hasil penelitian antara lain kualitas layanan tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Menurut Kotler dan Amstornig (2012:410), Menjelaskan bahwa harga juga dapat diartikan besaran biaya yang harus dibayarkan untuk membeli produk ataupun jasa sedangkan menurut Lovelock, dkk. (2012) menyatakan harga adalah mekanisme financial dimana suatu pendapatan dihasilkan untuk mengimbangi pengeluaran dan menciptakan laba. (Darwin Lie, 2019) dari Hasil penelitiannya mengemukakan bahwa hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel harga dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan berdampak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Selanjutnya variabel kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan Go-Jek

Hubungan antara harga dengan loyalitas pelanggan, berdasarkan hasil-hasil dari penelitian terdahulu salah satunya dari Adnyana dan Suprapti (2018), mendapatkan hasil dari penelitiannya yaitu harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Akan tetapi berbanding terbalik dengan penelitian dari Fadhlur, dkk. (2018), yang mendapatkan hasil penelitian yaitu harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Selain faktor kualitas pelayanan dan harga, lokasi juga mempunyai pengaruh besar pada loyalitas konsumen. Dimana pada pembelian sparepart, tentu konsumen akan memilih dan menentukan dari banyak toko sparepart yang ada di daerah Denpasar, Bali dan memilih toko sparepart yang dekat dengan rumah dan tempat tinggal mereka, lokasi yang nyaman sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan konsumen. Menurut Hayat, (2012) Lokasi merupakan tempat untuk beroperasi atau melakukan suatu kegiatan untuk menghasilkan barang/jasa. Menurut Alma (2013:152), Lokasi adalah tempat yang berpengaruh terhadap kemajuan dan kelancaran penjualan produk perusahaan tersebut".

Hubungan antar lokasi dan loyalitas konsumen dapat kita lihat dari bahwa konsumen akan melakukan pertimbangan terhadap dimana ataupun letak lokasi usaha dan apakah tempat tersebut nyaman. Berdasarkan hasil-hasil dari penelitian sebelumnya, salah satunya dari Maulana Pandhu Wicaksana dan Nurhayati (2019) mendapatkan hasil dari penelitiannya yaitu lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan dari Wirawan, dkk. (2019), hasil yang didapatkan yaitu lokasi tidak berpengaruh kepada loyalitas konsumen.

Berdasarkan permasalahannya maka penulis berniat untuk mengadakan suatu penelitian dengan judul antara lain: "Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Ud Sumber Jaya Motor Denpasar Bali"

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mempunyai desain yang termasuk ke dalam penelitian kuantitatif. Metode penentuan sampel menggunakan accidental sampling atau siapa pun yang kebetulan bertemu dengan peneliti di Ud Sumber jaya motor tersebut. Oleh karena itu, konsumen Ud Sumber Jaya Motor Denpasar Bali akan menjadi sampel dari penelitian ini asalkan bersedia untuk mengisi kuisioner yang disebarakan hingga jumlahnya 100 responden. Teknik pengambilan data antara lain: observasi, wawancara, kuisioner dan studi pustaka. Jawaban-jawaban yang dituliskan oleh responden di dalam kuisioner akan diberikan penilaian skala linkert antara lain: 1 sampai 5. Dalam penelitian ini adapun teknik analisis untuk datanya yaitu digunakan analisis seperti: deskriptif dan statistik inferensial, yang antara lainnya yaitu: uji asumsi klasik, regresi linier berganda, analisis determinasi, uji t, dan uji f.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unst andardized Residual
N	100
Normal Parameters ^{a,b} Mean	.000
	.0000
Std. Deviation	.252
	57234
Most Extreme Absolute	.076
Differences Positive	.076
Negative	-
Test Statistic	.040
Asymp. Sig. (2-tailed)	.076
	.165 ^c

Sumber: SPSS version 23.

Menunjukkan nilai sig. adalah $0,165 > 0,05$ jadi bisa kita simpulkan yaitu data yang diujikan tersebut adalah normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	Nilai VIF
Lokasi (X_1)	0.144	6,966
Harga (X_2)	0,169	5,924
Kualitas Pelayanan (X_3)	0.162	6,182

Sumber: SPSS version 23.

Dari tabel 3 kita ditunjukan dengan nilai Tolerance dari keseluruhan variabel, semuanya $> 0,10$ dan ditunjukan juga nilai VIF yang < 10 . Sehingga dari hasil data yang ada, maka diperoleh dan dapat dikatakan tidak ada gejala multikolinearitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	T	Sig.
(Constanta)	1.449	.150
Lokasi	.096	.923
Harga	.495	.622
Kualitas Pelayanan	-.101	.920

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: SPSS version 23.

Nilai signifikansi antara variabel independen dengan nilai (ABS_RES) kesemuanya > 0,05, sehingga dikatakan tidak ada gejala heteroskedastisitas di dalam model regresi ini. Oleh karena itu, model regresi selanjutnya layak dilanjutkan ke analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan uji f untuk membuktikan hipotesis yang telah diajukan.

Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.129	.131		.986	.327
Lokasi	.487	.099	.452	4.912	.000
Harga	.177	.079	.191	2.244	.027
Kualitas Pelayanan	.313	.082	.330	3.806	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: SPSS version 23.

Dari tabel 5, kita dapat merumuskan persamaan regresi, yaitu: $Y = 0,129 + 0,487 X_1 + 0,177 X_2 + 0,313 X_3$, artinya $a = 0,129$, bilamana variabel Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan bersifat konstan, maka Loyalitas Konsumen besarnya adalah 0,129. $b_1 = 0,487$, maksudnya bilamana Lokasi bersifat konstan, maka Lokasi yang meningkat sebanyak satu satuan, diikuti juga dengan meningkatnya Loyalitas Konsumen sebesar 0,487. $b_2 = 0,177$, maksudnya bilamana harga bersifat konstan, maka harga yang meningkat sebanyak satu satuan, diikuti juga dengan meningkatnya Loyalitas Konsumen sebesar 0,177. $b_3 = 0,313$, maksudnya bilamana kualitas pelayanan bersifat konstan, maka kualitas pelayanan yang meningkat sebanyak satu satuan, diikuti juga dengan meningkatnya Loyalitas Konsumen sebesar 0,313.

Berpedoman pada ulasan di atas, maka sifat positif adalah pola pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen.

Hasil Analisis Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.940 ^a	.883	.880	.25649

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: SPSS version 23.

Berpedoman pada tabel 6, nilai (*Adjusted R Square*) adalah 0,880, yang dapat kita artikan besaran pengaruh ketiga variabel bebas terhadap Loyalitas Konsumen sebanyak 88,0% yang berarti sekitar 12%-nya lagi di pengaruhi variabel lain.

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.129	.131		.986	.327
Lokasi	.487	.099	.452	4.912	.000
Harga	.177	.079	.191	2.244	.027
Kualitas Layanan	.313	.082	.330	3.806	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: SPSS version 23.

Menunjukkan : t_1 hitung = 4,912 dan sig. 0,000 < 0,05 dapat diartikan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada UD Sumber Jaya Motor Denpasar Bali (H_1 diterima). t_2 hitung = 2,244 dan nilai sig. 0,027 < 0,05 dapat diartikan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada UD Sumber Jaya Motor Denpasar Bali (H_2 diterima). t_3 hitung = 3,806 dan (sig.) 0,000 < 0,05 dapat diartikan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada UD Sumber Jaya Motor Denpasar Bali (H_3 diterima).

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	47.758	3	15.919	41.986	.000 ^b
Residual	6.315	6	.066		
Total	54.074	9			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: SPSS version 23.

Hasil Uji F, dengan F hitungnya = 241,986 dan (sig) 0,000 < 0,05 artinya Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama mempunyai pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (H₄ diterima).

SIMPULAN DAN SARAN

Merujuk pada analisis- analisis yang telah dilakukan, maka kita bisa menyimpulkan seperti berikut: Pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen adalah positif dan signifikan. Dari pedoman tersebut, maka ini menunjukkan bahwa semakin baik Lokasi maka Loyalitas Konsumen Pada Toko UD Sumber Jaya Motor akan juga baik. Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen adalah positif dan signifikan. Dari pedoman tersebut, maka ini menunjukkan bahwa semakin baik harga maka Loyalitas Konsumen Pada Toko UD Sumber Jaya Motor akan juga baik. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen adalah positif dan signifikan. Dari pedoman tersebut, maka ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka Loyalitas Konsumen Pada Toko UD Sumber Jaya Motor akan juga baik. Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen. Dari pedoman tersebut, maka ini menunjukkan bahwa semakin baik lokasi, harga, kualitas pelayanan secara bersama-sama, maka Loyalitas Konsumen Pada Toko UD Sumber Jaya Motor akan juga baik.

"Lokasi Toko UD Sumber Jaya Motor memiliki akses yang mudah untuk dijangkau oleh konsumen", adalah pernyataan yang diberikan skor paing rendah oleh responden. Sehingga untuk mengatasi hal tersebut, diharapkan Toko UD Sumber Jaya Motor suatu saat nanti mampu mencari lokasi usaha yang memiliki akses yang mudah untuk dijangkau oleh konsumen. Untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Maka manajemen Toko UD Sumber Jaya Motor sebaiknya mengurangi harga produk supaya bisa terjangkau oleh konsumen sehingga konsumen menjadi loyal membeli produk di Toko UD Sumber Jaya Motor. Pernyataan "Karyawan Toko UD Sumber Jaya Motor memiliki daya tanggap yang cepat dan tepat terhadap pelanggan", adalah pernyataan yang diberikan skor paing rendah oleh responden. Maka kedepannya manajemen Toko UD Sumber Jaya Motor diharapkan dapat meningkatkan standar pelayanan yang diberikan kepada konsumennya supaya karyawan mampu meningkatkan daya tanggap yang cepat dan tepat terhadap pelanggan. Peningkatan standar pelayanan dilakukan dengan memberikan pelatihan terlebih dahulu secara rutin kepada karyawan tentang bagaimana memberikan pelayanan yang tanggap kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana dan Suprpti (2018) "Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Gojek di Kota Denpasar".
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta:Penerbit Prenhalindo.
- Chan, S. S. (2020). The effect of retail service quality and product quality on customer loyalty . *Macmillan Publishers Lt*, 222-240.
- Darwin Lie, A. S. (2019). Analysis of Mediation Effect Of Consumer Satisfaction On The Effect Of Service Quality, Price and Consumer Trust. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEAR*, 421-428.
- Fadhur (2018) yang "Pengaruh kualitas pelayanan, Harga, dan citra perusahaan terhadap loyalitas dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Gojek Malang". *Jurnal*
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. 2001. *Total Quality management*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : Center For Academic Publishing Service.
- Kotler Philip dan Keller, Kevin lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2014. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Edisi 14 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock 2012, Dalam penelitian F.X. Sulistiyanto W.S jurnal Pengaruh persepsi harga, citra perusahaan dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada apotek "dela" di semarang (2015).
- Nurullaili dan Andi Wijayanto. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware*. Jurnal Administrasi Bisnis. 20 Juli 2016. Volume 2. No 1.
- Pongah, Melysa Elisabeth. 2018. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel Di Kota Manado. Jurnal EMBA. Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 86-94.
- Pongoh (2018) "Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan kartu AS Telkomsel di Kota Manado". *Jurnal*
- Tjiptono 2012. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPF.
- Wibisono, Dermawan. 2013. *Panduan Penyusunan Skripsi, Tesis & Disertasi*. Yogyakarta: Andi.