

Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen UD Sumber Jaya Motor Denpasar Bali

Ni Ketut Sukanti*

Universitas Ngurah Rai, Bali, Indonesia

Putu Gede Denny Herlambang

Universitas Ngurah Rai, Bali, Indonesia

Made Ayu Desy Geriadi

Universitas Ngurah Rai, Bali, Indonesia

Kurniawan

Universitas Ngurah Rai, Bali, Indonesia

** Email Koresponden*

ketut.sukanti@unr.ac.id

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 penelitian 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 (Times New Roman; font 12; bold; sentence case, left)

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 Mitsubishi. 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 keinginan 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 dioptimalkan 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 setiap 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 Amstorn (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. Menurut Salshabilah et al. (2024) 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 Herlina et al (2022), 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 kuisisioner yang disebarkan hingga jumlahnya 100 responden. Teknik pengambilan data antara lain: observasi, wawancara, kuisisioner, dan studi pustaka. Jawaban-jawaban yang dituliskan oleh responden di dalam kuisisioner 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.

Pembahasan

Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unst andardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000
	Std. Deviation	.252
		57234
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.076
	Absolute Negative	.076
	Positive	-
		.040
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.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 (X1)	0.144	6,966
Harga (X2)	0,169	5,924
Kualitas Pelayanan (X3)	0.162	6,182

Sumber: SPSS version 23

Dari tabel 3 kita ditunjukkan dengan nilai Tolerance dari keseluruhan variabel, semuanya $> 0,10$ dan ditunjukkan 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		Stand ardized 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 (H1 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 (H2 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 (H3 diterima).

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	f	Mean Square	F	Sig.
Regression	47.758		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).

Kesimpulan

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 menunjukan 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 menunjukan 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 menunjukan 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 menunjukan 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

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Dasar-dasar pemasaran* (Jilid I, A. Sindoro & B. Molan, Penerj.). Jakarta: Prenhalindo.
- Chan, S.S. (2020) *The effect of retail service quality and product quality on customer loyalty*. Macmillan Publishers Lt, 222-240.
- 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.
- Herlina, M., Dewi, J., & , A. (2022). The Impact of Service Quality and Price on Customer Satisfaction in Building Customer Loyalty. Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management. <https://doi.org/10.46254/na07.20220166>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-12). Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip manajemen* (Edisi ke-14, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13. Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Musri, J. (2012). *Pemasaran jasa* (Edisi ke-7). Jakarta: Erlangga.
- Salshabilah, F., Badriyah, N., Rusminah, S., & Azizah, L. (2024). The influence of price, service quality and trust on consumer loyalty in Trans Lamongan Straightforward car rental services. *Formosa Journal of Applied Sciences*. <https://doi.org/10.55927/fjas.v3i7.8822>
- Tjiptono, F. (2012). *Manajemen pemasaran dan analisa perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPF. Wibisono.

