

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

(Study Kasus Pada Konveksi Roysentoso Collection Yogyakarta)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Ekonomi Syariah (FAI) Fakultas Agama Islam
Universitas Alma Ata Yogyakarta Untuk memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata (SI)

Disusun Oleh:

Latipah

NIM 132200055

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH (FAI)
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ALMA ATAYOGYAKARTA**

2017

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Sampling Insidental*. Sampel dalam penelitian ini adalah 36 orang pelanggan dari Konveksi Roysantoso Yogyakarta dan kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif. Analisis Kuantitatif meliputi: uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: variabel Kepuasan Pelanggan (Y), variabel Kualitas Pelayanan (X1), variabel Harga (X2), dan variabel Lokasi (X3). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa dua variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) yang diteliti terbukti berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y), sedangkan variabel independen Lokasi (X3) menunjukkan bahwa yang diteliti tidak berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yang diteliti secara simultan berpengaruh terhadap variasi dependen Kepuasan Pelanggan. Angka *R Square* sebesar 0,440 menunjukkan bahwa 44.0% variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 56.0% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Kepuasan Pelanggan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi ekonomi, daya saing merupakan kunci untuk memanfaatkan peluang yang ada, terutama daya saing dalam menghasilkan dan memasarkan produk serta daya saing dalam menanam modal. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih berbagai pakaian yang ditawarkan oleh konveksi. Untuk itu produsen memerlukan strategi dengan tujuan mencapai keunggulan bersaing dan memerlukan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk

Perilaku konsumen biasanya didasarkan pada selera dan tingkat pendapatan. Dalam kehidupan sehari-hari sering terjadi faktor selera sangat mempengaruhi konsumsi seseorang terhadap suatu barang. Di samping itu, SDM sebagai konsumen yang pandai mengatur keuangannya, akan mempertimbangkan cara mengkonsumsi barang. SDM sebagai konsumen juga berperan sebagai motivator bagi kegiatan perusahaan karena semakin banyak barang atau jasa yang digunakan konsumen,

semakin tinggi motivasi produsen dalam memproduksi barang atau jasa tersebut.¹

Globalisasi pasar internasional saat ini mendorong semakin tajamnya persaingan pasar. Kondisi demikian, melimpahnya tenaga kerja murah semata tidak lagi merupakan suatu keunggulan komparatif bagi suatu negara. Sebaliknya keunggulan negara suatu negara lebih ditentukan oleh produktivitas, kualitas produk yang dihasilkan, dan tingkat efisiensi yang dicapai dalam memproduksi. Daya saing sangat ditentukan oleh kualitas dan harga. Kualitas suatu produk baik berupa barang maupun jasa sangat ditentukan oleh tingkat teknologi. Teknologi yang tetap akan menghasilkan produk yang berkualitas. Namun produk yang berkualitas masih akan sulit bersaing jika harganya terlalu tinggi. Harga yang wajar dan bersaing hanya mungkin dicapai melalui suatu proses yang efisien dengan produktivitas tenaga kerja yang tinggi dan baik.²

Kualitas pelayanan yang baik adalah saat perusahaan mampu memberikan pelayanan sesuai permintaan konsumen, mendengarkan segala bentuk keluhan konsumen dan memberikan reaksi yang positif terhadap keluhan konsumen sehingga tidak menimbulkan persepsi yang tidak baik atau buruk atas kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk mencapai keunggulan kompetitif, kualitas layanan dapat dijadikan alat dan sangat berperan serta menentukan apabila dalam terdapat persaingan

¹ Amiruddin Idris. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2016). Hlm. 13

² Subri Mulyadi. *Ekonomi Sumber Daya Manusia* (Raja Grafindo Persada, 2010).

dalam usaha merebut pasar dalam kegiatan jasa. Menurut penelitian yang dilakukan Nariswari dan Iriawan, Indah yang meneliti mengenai pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan *Flexi Mobile Broadband* di wilayah Surabaya didapatkan hasil analisis bahwa variabel kualitas layanan mempengaruhi secara signifikan variabel kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas jasa dianggap ideal, bila jasa yang diterima melebihi harapan pelanggan. Kualitas jasa dianggap buruk, bila jasa yang diterima dianggap buruk oleh pelanggan dan hal ini akan berimbas pada pertumbuhan perusahaan kedepannya serta menurunnya tingkat kepercayaan pelanggan pada perusahaan tersebut.³

Unsur-unsur penting dalam penjualan produk konveksi yaitu harga dan kualitas. Para konsumen selalu mengutamakan kualitas bahan pakaian, kerapihan jahitan, dan yang terpenting adalah harga yang terjangkau untuk semua kalangan. Hal lain yang juga penting adalah pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Konsumen merasa senang apabila semua yang diinginkan untuk pakaian yang di pesan sesuai dengan selera dan kehendaknya sehingga, sering kali konsumen akan menanyakan kepada pelayan jenis bahan yang berkualitas dengan harga yang terjangkau serta desain yang menarik untuk pakaian yang akan dipesan. Sikap pelayan saat memberikan jawaban dan alternatif pilihan untuk pakaian jadi yang akan

³ Komang Indah Gita Cahyani Dan Gede Bayu Rahantha. *Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Dan Dampak Pada Kepercayaan Serta Loyalitas* (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayan Bali, Indonesia) (di akses pada 11 November 20'5, pukul 09:10)

dipesan sesuai keinginan konsumen akan memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memesan.

Konveksi ROYSENTOSO COLLECTION adalah salah satu konveksi pakaian jadi yang ada di Yogyakarta dan telah bertahan selama 25 tahun, yang sebelumnya adalah sebuah border atau nama letter di handuk. Namun, dalam pengembangannya diubah menjadi konveksi yang menyediakan dan memproduksi pesanan pakaian jadi seperti; kaos, jaket, sweater, bantal, baju olahraga sekolah serta atribut akmil dan akpol. Perkembangan konveksi ROYSENTOSO COLLECTION cukup pesat, hal ini dapat dilihat penjualan produk dan keuntungan yang terus meningkat tiap tahunnya.

Berdasarkan skripsi Oldy ardhana Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan

nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibanding kompetitor-kompetitor yang ada.⁴

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi kasus pada Konveksi Roysantoso Collection)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah yang akan diangkat adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan di konveksi Roysentoso Collection berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Apakah harga di konveksi Roysentoso Collection berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Apakah lokasi di konveksi Roysentoso Collection berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penulis ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

⁴ Oldy Ardhana, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan* (Universitas Diponegoro Semarang, Studi Kasus Pada Bengkel Caesar Semarang).

3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan, serta acuan bagi semua pihak yang membutuhkan guna pengembangan lebih lanjut.

2. Bagi konveksi ROYSENTOSO COLLECTION

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan para pembuat industri konveksi dalam membuat dan mendesain pakaian kebijakan terkait dengan harga, pelayanan dan lokasi dalam upaya mendukung dan membangun strategi dan menumbuhkan pengaruh konsumen terhadap produk, harga dan pelayanan supaya tetap bertahan menjadi pelanggan konveksi.

3. Bagi peneliti

Untuk mengetahui sistem dan prosedur kerja yang diterapkan ROYSENTOSO COLLECTION, untuk membandingkan apa yang telah dipelajari dibangku perkuliahan dengan kondisi nyata (lapangan kerja) pada suatu industri, mendapatkan pengalaman kerja secara nyata di ROYSENTOSO COLLECTION, menambah pengetahuan dan

keterampilan kerja mahasiswa dengan keterlibatan langsung dalam berbagai kegiatan di ROYSENTOSO COLLECTION.

4. Bagi pembaca umum

Penelitian ini diharapkan untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan di lapangan kerja, yang dapat menjadi pembentuk sikap bagi diri konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*.
(Jakarta: Rineka cipta.2010).
- Aswar, Syarifudin. *Reabilitas dan Validitas*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2008).
- Amiruddin Idris. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2016).
- Alma Buchori, *Pengantar Bisnis* (Bandung: CV. Alfabeta 2008).
- Damos Sihombing. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga,2001)
- Hasan Ali. *Marketing bank syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010)
- Jaka Wasana. *Marketing Manajemen*.
- Kamsir. *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.2006).
- Nitisusanto Mulyadi, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*
(Bandung: CV. Alfabeta 2009).
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*
(Jakarta:Erlangga,2009). Edisi 13 Jilid 1.
- Philip Kolter. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), Edisi 13
jilid 1.
- Suryana, *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta Selatan:
Selemba Empat, 2013).
- Sumawarman Ujung *Perilaku Konsumen Teori dan penerapan Dalam Pemasaran*.(Bogor: Ghalia Indonesia 2011)

Subri Mulyadi. *Ekonomi Sumber Daya Manusia* (Raja Grafindo Persada, 2010).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.(Bandung:Alfabeta.2015

———, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta.2014).

———, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012).

Tjiptono Fandy dan Anastasia Diana. (2001). *Total Quality Management*.
Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET

SKRIPSI dan JURNAL

Afrizal Andi. (2015), *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja Serta Dampak pada Kinerja Karyawan (Studi Kasus BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta)*, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia Volume V, No.2 Desember 2015 H

Al-amin. *Analisis pengaruh usia perusahaan, Total aset, Citra perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah* (Studi kasus BMT Bringharjo sleman, YOGYAKARTA). (Yogyakarta.2016)

jurnal Pradana Jaka Purnama, *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pembeli*.(Studi Kasus pada Toko Murah di Sukoharjo) semarang 2011

Komang Indah Gita Cahyani Dan Gede Bayu Rahantha. *Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Dan Dampak Pada Kepercayaan Serta Loyalitas* (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana Bali, Indonesia 2015)

- Oldy Ardhana, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan* (Universitas Diponegoro Semarang, Studi Kasus Pada Bengkel Caesar Semarang 2010)
- Putra amrizal dan Ahmad yunadi. (2015), *Pengaruh Kualitas Pembiayaan Terhadap Efektivitas Pendapatan (Studi Kasus di BMT Artha Barokah Yogyakarta 2012)*, jurnal Ekonomi Syariah Indonesia Volume V, No. 1 Juni 2015 H
- Reza Firdaus, *Jurnal Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan* (Universitas Gunadarma, Studi kasus di kelapa dua Depok 2009)
- Rozalia, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah*, (Universitas Alma Ata, Studi Pada Nasabah pada BMT Artha Sejahtera). (Yogyakarta:2016).
- Yenny Hardianti, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah di BMT* (Universitas Alma Ata Yogyakarta, Studi Kasus di BMT Dana Insani) (Yogyakarta:2016).