

PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA COUNTER INDO CELL KUDUS

Irvan Ardiansyah¹⁾, Nathaniel Igracio Leonaputra²⁾, Verdi Indra Rizky³⁾,
Laurentius Krisna Adi Saputra⁴⁾

^{1,2,3,4} Universitas Semarang

¹⁾email: irvan200061@gmail.com

²⁾email: nathanieligracio07@gmail.com

³⁾email: Verdi.indrar32@gmail.com

⁴⁾email: laurentiuskrisna9@gmail.com

Abstract

This research will aim to analyze how much influence the independent variables, namely price, location and service quality have on the dependent variable of consumer satisfaction at the Indo Cell Kudus counter. This research uses quantitative methods. The data in this research was collected through a survey method using purposive sampling techniques. Questionnaires were distributed to 96 respondents who had made a purchase at the Indo Cell Kudus counter at least once. The data resulting from distributing the questionnaire will be processed using the SPSS software analysis tool. The selected results and analysis tests include validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing via t test, F test, and analysis of the coefficient of determination (R²). From the research results and data analysis results, the following conclusion can be drawn: there is a positive but not significant influence of the price variable on consumer satisfaction at the Indo Cell Kudus counter. There is a positive and significant influence of location variables on consumer satisfaction at the Indo Cell Kudus counter. There is a positive and significant influence of the service quality variable on consumer satisfaction at the Indo Cell Kudus counter.

Keywords: Price, Location, Service Quality, Consumer Satisfaction

A. PENDAHULUAN

Di era globalisasi terutama dalam hal teknologi, pendidikan, dan pendapatan yang semakin meningkat membuat keinginan dan kebutuhan konsumen semakin beragam pula. Selain itu, didukung dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai sangat mendorong kemajuan di segala bidang, khususnya di bidang telekomunikasi. Mengingat telekomunikasi kini telah menjadi sarana interaksi antar masyarakat yang sangat penting, sehingga masyarakat lebih menghendaki berkomunikasi dengan cara yang lebih mudah.

Kehadiran alat komunikasi berupa telepon seluler yang saat ini harganya relatif terjangkau, serta relatif mudahnya mendapatkan kartu perdana dan isi ulang pulsa menyebabkan peningkatan pesat jumlah pengguna telepon seluler (Nurrofi 2020). Salah satu dunia bisnis yang saat ini sedang menjadi pusat perhatian dan mempunyai persaingan yang ketat adalah bisnis di bidang counter telepon seluler, dimana counter telepon seluler yang menyediakan dan melayani segala kebutuhan untuk telepon seluler mulai dari pulsa elektrik, kartu perdana semua operator, aksesoris handphone, servis telepon seluler, dan lain sebagainya. Apalagi saat ini dengan semakin meningkatnya kebutuhan akan komunikasi dan banyaknya counter telepon seluler membuat persaingan bisnis counter seluler menjadi semakin ketat, salah satu hal yang harus dilakukan setiap counter adalah mempertahankan pelanggan yang setia dan terus mencari pelanggan potensial baru.

Menurut (Tjiptono, 2001:24) dikutip dari (Nurrofi 2020) menciptakan kepuasan konsumen dapat mendatangkan sejumlah manfaat, antara lain terjalin hubungan antara suatu

bisnis dan konsumennya yang baik, menciptakan dasar yang baik untuk pembelian berulang, membangun loyalitas konsumen, serta membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*Word of mouth*) yang bermanfaat bagi bisnis. Salah satu counter telepon seluler adalah counter Indo Cell yang berdiri sejak tahun 2002. Indo Cell merupakan bisnis perorangan dalam bidang telekomunikasi yang menyediakan pengisian ulang pulsa untuk semua operator, menjual kartu perdana semua operator, menjual aksesoris handphone, serta menyediakan jasa penarikan dan setor uang tunai melalui layanan BRILink.

Pada tahun 2002 tersebut penjualan counter Indo Cell Kudus mengalami peningkatan yang cukup baik, ketika lokasi counter terletak di dekat kampus lama Universitas Diponegoro dan Rumah Sakit Roemani, sehingga berpeluang bisnis yang cukup menjanjikan. Namun, setelah lokasi counter berpindah ke Kudus pada tahun 2012 justru mulai mengalami penurunan penjualan. Hal itu diduga karena terkena dampak pandemi Covid-19 serta mobilitas mahasiswa di Kampus Universitas Muhammadiyah Kudus yang sudah mulai berkurang, dimana target sasaran utama konsumen counter Indo Cell Kudus menargetkan pada mahasiswa kampus.

Tabel 1. Data Penjualan Counter Indo Cell Kudus Tahun 2018 – 2022

Tahun	Penjualan
2018	Rp 1.249.200.000
2019	Rp 1.440.000.000
2020	Rp 1.188.000.000
2021	Rp 885.600.000
2022	Rp 846.000.000

Sumber: Counter Indo Cell Kudus, 2023

Berdasarkan data penjualan counter Indo Cell tahun 2018 – 2022 yang diberikan pada tabel 1 mengindikasikan bahwa tingkat penjualan rata-rata tahunan pada counter Indo Cell tidak menentu dari tahun 2018 hingga tahun 2022. Dimana terjadi keadaan pasang surut pada tahun 2019 menuju tahun 2020 hingga tahun 2021, dengan penurunan penjualan sekitar Rp 252.000.000 di tahun 2020, lalu mengalami penurunan penjualan kembali di tahun 2021 sekitar Rp 302.400.000, dan masih mengalami penurunan penjualan kembali sekitar Rp 39.600.000 di tahun 2022. Data primer berupa data penjualan yang disajikan tersebut dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur operasional suatu bisnis dari tahun ke tahun. Menilai dari penurunan penjualan pada tahun 2020 hingga tahun 2022 mengidentifikasi bahwa mulai adanya penurunan kepuasan konsumen saat membeli di counter Indo Cell Kudus.

Hasil penelitian yang relevan terkait variabel harga, lokasi, dan kualitas pelayanan telah dilakukan oleh (Donovan S. and Fadillah 2020) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Juniarti, Zuraida, and Wikaningtyas 2022) menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian terkait selanjutnya yang dilakukan oleh (Mansandra et al. 2022) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Dwi et al. 2020) menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian terkait terakhir yang dilakukan oleh (Susilowati 2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Novia et al. 2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dalam meningkatkan kepuasan konsumen, harga mampu menjadi pengaruh dalam pengembangan bisnis serta kepuasan konsumen. Para konsumen umumnya lebih berhati-hati dalam memperhatikan harga, yang mana standarisasi harga rendah akan mempermudah suatu bisnis untuk mencapai kepuasan konsumen. Harga adalah ukuran nilai sesuatu yang berwujud atau tidak berwujud sehubungan dengan fungsi dan kegunaannya. Penentuan tersebut

didasarkan pada kelebihan dan kualitas yang dimiliki, baik dari segi produk maupun layanan yang diberikan (Sari and Mayasari 2022).

Suatu bisnis harus memilih lokasi yang strategis dalam melakukan penempatan lokasi bisnisnya di suatu kawasan atau daerah yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat, dikarenakan lokasi menjadi salah satu determinan yang penting dalam perilaku konsumen (Raharjani, 2010:74) dalam (Syahidin and Adnan 2022). Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi suatu bisnis, dimana faktor kunci dalam pengembangan bisnis untuk dapat memperoleh kepuasan konsumen adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian, dan waktu tempuh lokasi ke tujuan (Pio, J; Mamuaya, N, C; Angmalisang 2022).

Kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, karena terjadi adanya interaksi antara pelanggan dan pelaku suatu bisnis. Menurut konsep kepuasan konsumen, dijelaskan bahwa kepuasan konsumen dapat dicapai apabila kinerja atau hasil yang diterima sesuai dengan harapannya. Maka dari itu, baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan suatu bisnis, akan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen (Tengku Mahesa Khalid 2021). Kualitas pelayanan menjadi suatu strategi untuk menarik minat para konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen, serta menciptakan keunggulan khusus pada bisnis (Devi, Tunjungsari, and Rinayanthi 2022).

Berdasarkan uraian diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh signifikansi harga terhadap kepuasan konsumen, untuk mengetahui pengaruh signifikansi lokasi terhadap kepuasan konsumen, serta untuk mengetahui pengaruh signifikansi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

B. KAJIAN LITERATUR DAN TEORI

Harga

Harga merupakan sejumlah nominal yang harus dikorbankan oleh konsumen atas nilai yang diciptakan untuk mendapatkan keuntungan dari suatu produk atau jasa, dan merupakan sebuah simbol peralihan kepemilikan sehingga meningkatkan kepuasan konsumen (Manampiring, Tumbuan, and Wenas 2016). Dalam dunia bisnis harga menjadi faktor yang sangat penting karena jika suatu bisnis salah dalam menentukan harga, maka akan mengalami kerugian dan kehilangan para konsumennya (Efnita 2017). Menurut Kotler dan Amstrong (2012) dalam (Abdul Gofur 2019) mendefinisikan harga sebagai suatu biaya yang dikeluarkan kepada konsumen untuk pembelian suatu produk atau jasa. Indikator evaluasi harga dapat dilihat dari kesesuaian antara pengorbanan konsumen dengan nilai yang diterimanya setelah pembelian, sehingga dari situlah konsumen akan mempersepsikan produk atau jasa tersebut (Kertajaya, 2002) dalam (Dan et al. n.d.). Menurut Kotler dan Amstrong terjemahan Sabran (2012:278) dalam (Nugroho and Astuti 2021) mengemukakan bahwa ada 4 indikator harga, yaitu: (1) Keterjangkauan harga, (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, (3) Daya saing harga, dan (4) Kesesuaian harga dengan manfaat. Didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Donovan S. and Fadillah 2020) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H1: Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Lokasi

Menurut Heizer dan Render (2015) dalam (Nugroho and Astuti 2021) lokasi merupakan suatu penentu biaya dan pendapatan, sehingga seringkali lokasi mempunyai kekuatan untuk menciptakan strategi sebuah bisnis. Lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor yang mendukung konsumen semakin puas, yang mana membuat konsumen akan cenderung lebih senang jika berbelanja di lokasi yang strategis dan nyaman dibandingkan dilokasi yang tidak sesuai untuk tempat bisnis (Sintya 2021). Oleh karena itu, lokasi sebagai suatu keputusan pebisnis dalam menentukan tempat bisnis, menjalankan bisnis, dan mendistribusikan kepada konsumen barang atau jasa yang merupakan kegiatan bisnisnya (Desrianto; Afridola 2020). Menurut Fandy Tjiptono dalam (Tanjung 2020) mengemukakan bahwa ada 8 indikator lokasi,

yaitu: (1) Akses, (2) Visibilitas, (3) Lalu lintas, (4) Tempat parkir, (5) Ekspansi, (6) Lingkungan, (7) Persaingan (lokasi pesaing), dan (8) Peraturan pemerintah. Didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Mansandra et al. 2022) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H2: Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas Pelayanan

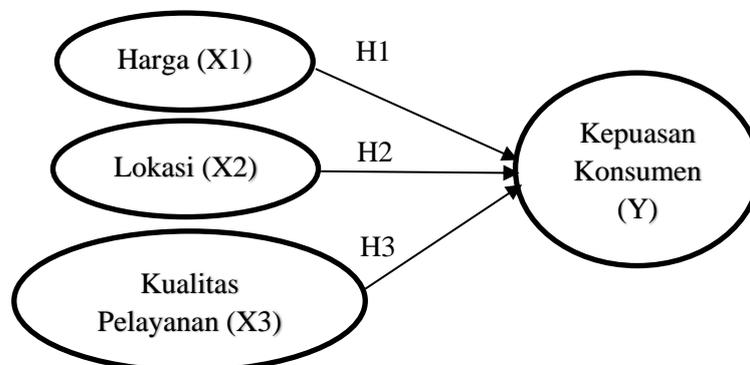
Kualitas pelayanan merupakan kesan dari konsumen terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh sebuah bisnis (Kurniasih, 2021) dalam (Ariyani and Fauzi 2023). Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting yang membantu terciptanya kepuasan konsumen, karena ketika kualitas pelayanan suatu bisnis itu baik maka juga akan meninggalkan kesan yang baik pula dibenak konsumen (Nyoman and Kusyana 2020). Menurut Tjiptono (2007) dalam (Wibisono and , 2016) maka kualitas pelayanan sebagai sebuah upaya yang dapat dilakukan suatu bisnis dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan dalam penyampaiannya sehingga dapat menyeimbangkan harapan konsumen. Menurut Tjiptono (2007) dalam (Krisna Marpaung et al. 2021) mengemukakan bahwa ada 5 indikator kualitas pelayanan, yaitu: (1) Keandalan (*reliability*), (2) Daya tanggap (*responsiveness*), (3) Jaminan dan kepastian (*assurance*), (4) Empati (*empathy*), dan (5) Bukti fisik (*tangibles*). Didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Susilowati 2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H3: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dianggap sebagai faktor fundamental yang menentukan perilaku konsumen dalam jangka panjang serta evaluasi secara keseluruhan atas layanan yang membentuk suatu hubungan masa depan (Ehsani, 2014) dalam (Nofrianda 2019). Menurut Tjiptono (2015:146) dalam (Sholikhah, Safitri, and T N K 2020) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh konsumen yang timbul setelah membandingkan persepsi kinerja (*outcome*) suatu produk dengan harapan konsumen. Apabila suatu bisnis berfokus pada suatu kepuasan yang tinggi, maka konsumen yang mendapat kepuasan hanya akan mudah berubah pikiran jika terjadi kesepakatan yang lebih baik. Pada saat yang sama, konsumen yang sangat puas akan jarang untuk mengubah pikirannya (Sofyan, Sepang, and Loindong 2019). Menurut Consuegra dalam (Dessica and Sari 2016) mengemukakan bahwa ada 3 indikator kepuasan konsumen, yaitu: (1) Kesesuaian harapan, (2) Persepsi kinerja, dan (3) Penilaian konsumen.

Berdasarkan kajian diatas diperoleh kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitiannya. Pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono (2019:17) dalam (Purba 2023) mengemukakan jika mengumpulkan data tentang kelompok atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian dan melakukan analisis menggunakan teknik statistik atau analisis data kuantitatif. Penelitian deskriptif ini dipilih untuk memberi gambaran mendalam mengenai fenomena yang diteliti dengan menganalisis literatur yang relevan. Penelitian deskriptif dilakukan dengan menguji pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada counter Indo Cell Kudus.

Populasi didefinisikan sebagai suatu kelompok generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dengan tingkatan dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen counter Indo Cell Kudus. Sampel menurut Sugiyono (2018) adalah bagian dari suatu populasi yang menunjukkan jumlah dan karakteristik dari populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen dari counter Indo Cell Kudus, dengan teknik sampling yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*.

Penelitian ini melakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yaitu para konsumen counter Indo Cell Kudus. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan beberapa uji, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, uji koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS versi 26 sebagai alat bantu untuk melakukan analisis.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga	X1.1	0,858	0,1671	Valid
	X1.2	0,800	0,1671	Valid
	X1.3	0,673	0,1671	Valid
	X1.4	0,762	0,1671	Valid
Lokasi	X2.1	0,704	0,1671	Valid
	X2.2	0,788	0,1671	Valid
	X2.3	0,807	0,1671	Valid
	X2.4	0,790	0,1671	Valid
	X2.5	0,718	0,1671	Valid
	X2.6	0,763	0,1671	Valid
	X2.7	0,564	0,1671	Valid
Kualitas Pelayanan	X3.1	0,801	0,1671	Valid
	X3.2	0,720	0,1671	Valid
	X3.3	0,716	0,1671	Valid
	X3.4	0,843	0,1671	Valid
	X3.5	0,839	0,1671	Valid
Kepuasan Konsumen	Y1	0,891	0,1671	Valid
	Y2	0,873	0,1671	Valid
	Y3	0,834	0,1671	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan bahwa semua item indikator tersebut yang digunakan untuk mengukur variabel harga, lokasi, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen dinyatakan valid dikarenakan nilai r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} , yaitu lebih besar dari 0,1689 dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian masing-masing indikator pada variabel harga, lokasi, dan kualitas pelayanan tersebut dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Harga	0,776	0,60	Reliabel
Lokasi	0,855	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,838	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,832	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan bahwa nilai semua variabel harga sebesar 0,776; lokasi sebesar 0,855; kualitas pelayanan sebesar 0,838; dan kepuasan konsumen sebesar 0,832 dapat dinyatakan reliabel dikarenakan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari standar reliabilitas yang ditentukan, yaitu sebesar 0,60. Dengan demikian masing-masing variabel harga, lokasi, dan kualitas pelayanan tersebut lolos dalam uji reliabilitas dan dinyatakan reliabel untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov

Unstandardized Residual		
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.24216148
	Most Extreme Differences	Absolute
Positive		.066
Negative		-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4 diatas menunjukkan bahwa nilai tes statistik menunjukkan angka 0,067 dengan nilai Asymp sig sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian pengujian pada variabel harga, lokasi, dan kualitas pelayanan tersebut dinyatakan telah berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

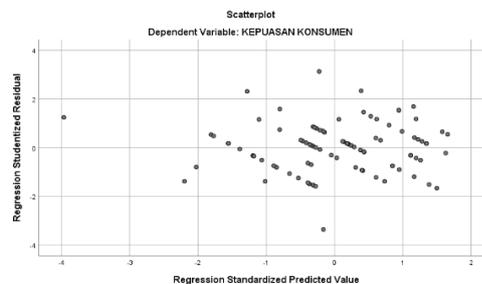
Tabel 5. Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.234	.930				
	Harga	.089	.063	.106	1.407	.163	1.545
	Lokasi	.112	.043	.230	2.621	.010	2.073
	Kualitas Pelayanan	.374	.059	.566	6.333	.000	2.153

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 5 diatas menunjukkan bahwa dari hasil perhitungan diperoleh nilai tolerance variabel harga menunjukkan nilai $0,647 > 0,10$ dan dari hasil VIF menunjukkan nilai $1,545 < 10$, yang artinya variabel harga berdiri sendiri dan tidak ada multikolinearitas. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai tolerance variabel lokasi menunjukkan nilai $0,482 > 0,10$ dan dari hasil VIF menunjukkan nilai $2,073 < 10$, yang artinya variabel lokasi berdiri sendiri dan tidak ada multikolinearitas. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai tolerance variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai $0,464 > 0,10$ dan dari hasil VIF menunjukkan nilai $2,153 < 10$, yang artinya variabel kualitas pelayanan berdiri sendiri dan tidak ada multikolinearitas. Dengan demikian berarti pada variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas dan dinyatakan layak untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas
 Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Berdasarkan gambar 2 diatas menunjukkan bahwa dapat terlihat titik-titik yang terdapat dalam grafik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu dengan jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan jika variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Pengaruh Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.234	.930		-.251	.802
Harga	.089	.063	.106	1.407	.163
Lokasi	.112	.043	.230	2.621	.010
Kualitas Pelayanan	.374	.059	.566	6.333	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 7 diatas menunjukkan bahwa dari hasil analisis regresi linear berganda didapatkan persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,106X_1 + 0,230X_2 + 0,566X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai koefisien regresi variabel harga (β_1) sebesar 0,106 bernilai positif menunjukkan bahwa semakin terjangkau harga (X_1) yang ditawarkan, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen counter Indo Cell Kudus.
2. Nilai koefisien regresi variabel lokasi (β_2) sebesar 0,230 bernilai positif menunjukkan bahwa pemilihan lokasi (X_2) yang strategis, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen counter Indo Cell Kudus.
3. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (β_3) sebesar 0,566 bernilai positif menunjukkan bahwa semakin baik tingkat kualitas pelayanan (X_3), maka akan meningkatkan kepuasan konsumen counter Indo Cell Kudus.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.659	.648	1.262

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 8 diatas menunjukkan bahwa hasil perhitungan regresi diperoleh nilai Koefisien Determinasi yang disesuaikan (*adjusted R²*) adalah 0,648 artinya 64,8 persen variasi dari semua variabel independen dapat menerangkan variabel dependen, sedangkan sisanya sebesar 35,2 persen diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Tabel 8 Hasil Uji t (Parsial) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.234	.930		-.251	.802
Harga	.089	.063	.106	1.407	.163
Lokasi	.112	.043	.230	2.621	.010
Kualitas Pelayanan	.374	.059	.566	6.333	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 8 diatas menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji t dapat dilihat melalui nilai t_{hitung} dan nilai signifikansinya. Apabila nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} atau nilai $sig < 0,05$. Maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa variabel independen secara parsial (sendiri-sendiri) mempengaruhi variabel dependen diterima. Dengan demikian, diperoleh hasil hipotesis sebagai berikut:

1. Pengujian pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai $t_{hitung} = 1,407$ dengan $sig = 0,163$. Karena nilai $t_{hitung} (1,407) < t_{tabel} (1,9858)$, dan nilai $sig 0,163 > sig.\alpha (0,05)$, maka H1 ditolak. Dengan demikian, artinya hipotesis penelitian ini menyatakan variabel harga berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengujian pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,621$ dengan $sig = 0,010$. Karena nilai $t_{hitung} (2,621) > t_{tabel} (1,9858)$ dan nilai $sig 0,010 < sig.\alpha (0,05)$, maka H2 diterima. Dengan demikian, artinya hipotesis penelitian ini menyatakan variabel lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai $t_{hitung} = 6,333$ dengan $sig = 0,000$. Karena nilai $t_{hitung} (6,333) > t_{tabel} (1,9858)$ dan nilai $sig 0,000 < sig.\alpha (0,05)$, maka H3 diterima. Dengan demikian, artinya hipotesis penelitian ini menyatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Tabel 10 Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	283.325	3	94.442	59.275	.000 ^b
	Residual	146.582	92	1.593		
	Total	429.906	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 10 diatas menunjukkan bahwa hasil dari perhitungan uji F dengan nilai sebesar 59,275 dengan nilai probabilitas 0,000. Sedangkan *degree of freedom* menunjukkan pada angka 96 dan nilai F tabel sebesar 2,70. Karena F hitung $>$ F tabel ($59,275 > 2,70$) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$. Dengan demikian, dapat dinyatakan jika variabel harga (X_1), lokasi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) dan model regresi linear berganda yang ada layak digunakan sebagai model penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil yang diperoleh tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya keterjangkauan harga tidak tentu akan meningkatkan kepuasan konsumen atau dapat dikatakan juga apabila pemilik counter Indo Cell Kudus semakin memperhatikan harga secara kompetitif pada produk yang dijual, maka itu tidak tentu juga akan meningkatkan kepuasan konsumen. Hal itu mungkin terjadi dikarenakan konsumen merasa bahwa harga di counter Indo Cell Kudus sudah sesuai dengan kemampuan pembelian dan keinginan konsumen, sehingga tingkat keterjangkauan harga sudah tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh (Juniarti et al. 2022) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil yang diperoleh tersebut menunjukkan bahwa dengan semakin baiknya pemilihan lokasi yang strategis dalam melakukan usaha, maka akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Maka dari itu, apabila counter Indo Cell Kudus semakin memperhatikan letak lokasi mereka melakukan kegiatan usaha, maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh (Mansandra et al. 2022) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa dengan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Apabila konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan counter Indo Cell Kudus, maka konsumen akan merasa puas juga dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan counter Indo Cell Kudus. Hal ini dikarenakan konsumen ingin mendapatkan keistimewaan secara penuh untuk dapat mencapai kepuasannya, sehingga kualitas pelayanan yang baik harus diutamakan kepada para konsumen. Maka dari itu, jika kinerja dari pelayanan kepada konsumen itu baik dan sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut akan merasa puas. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh (Susilowati 2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data mengenai pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada counter Indo Cell Kudus, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut: Variabel harga berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada counter Indo Cell Kudus. Hal ini berarti bahwa semakin terjangkau harga yang ditawarkan tidak tentu akan meningkatkan kepuasan konsumen pada counter Indo Cell Kudus. Variabel lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada counter Indo Cell Kudus. Hal ini berarti bahwa semakin baiknya pemilihan lokasi yang strategis dalam melakukan usaha, maka akan semakin meningkatkan tingkat kepuasan konsumen pada counter Indo Cell Kudus. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada counter Indo Cell Kudus. Hal ini disebabkan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen pada counter Indo Cell Kudus.

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan beberapa saran sebagai pelengkap terhadap kepuasan konsumen yang dapat diberikan kepada counter Indo Cell Kudus sebagai berikut: untuk meningkatkan kepuasan konsumen, maka counter Indo Cell Kudus disarankan untuk menyesuaikan harga dengan yang ada di pasaran agar mampu bersaing dengan para kompetitor atau diusahakan harga jual suatu produk sama dengan counter lain, bahkan diusahakan dibawahnya sehingga diharapkan dapat memenuhi kepuasan konsumen. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, maka counter Indo Cell Kudus disarankan untuk memilih lokasi usaha yang belum ada usaha sejenis yang sudah berdiri di lokasi tersebut agar mengurangi persaingan bisnis yang dapat merugikan counter Indo Cell Kudus apabila terjadi daya saing harga yang berbeda, dengan memilih lokasi yang belum ada usaha sejenis diharapkan dapat memenuhi kepuasan konsumen. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, maka counter Indo Cell Kudus disarankan untuk mengevaluasi karyawannya agar lebih profesional dalam melayani konsumen dengan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan serta bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan sehingga diharapkan dapat memenuhi kepuasan konsumen.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur. 2019. "1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4(1):37–44.
- Ariyani, Ade, and Achmad Fauzi. 2023. "Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2(2):23–28.
- Dan, Kepuasan, Loyalitas Konsumen, Studi Kasus, Counter Handphone, and D. I. Shiba. n.d. "Shiba Comunication."
- Desrianto; Afridola, S. 2020. "Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Town Bakery Di Kota Batam Influence of Location and Service To Consumer Satisfaction in Coffee Town Bakery in Batam City." *Emba* 8(1):2020–33.
- Dessica, Oleh .:, and Dinar Sari. 2016. "Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Sim Card Gsm Prabayar Xl Di Kota Yogyakarta) Analysis the Effect of Quality Products, Service Quality, and Price on Customer Satisfaction (Case Study on Consumer Gsm Sim Card Prepaid Xl in Yogyakarta)." *Jurnal Manajemen Bisnis* 5(1):62.
- Devi, Dewa Ayu Candra, Komang Ratih Tunjungsari, and Ni Made Rinyanthi. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Canteen Café Cunggu." *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis* 1(12):3523–37. doi: 10.22334/paris.v1i12.249.
- Donovan S., Raynaldo, and Adil Fadillah. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor." *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan* 1(1):1–8. doi: 10.37641/jipkes.v1i1.322.
- Dwi, Manajemen Pemasaran, Handika Novandi, Deddy Prihadi,) Program, Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis Universitas, and Pancasakti Tegal. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Miss Laundry Di Kota Tegal." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 1(1):26–37.
- Efnita, Titik. 2017. "Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer." *AdBispreneur* 2(2):107–15. doi: 10.24198/adbispreneur.v2i2.13162.
- Juniarti, Sri, Lukia Zuraida, and Suci Utami Wikaningtyas. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Pada Bento Kopi)." *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia* 2(2):366–81. doi: 10.32477/jrabi.v2i2.472.
- Krisna Marpaung, Fenny, Irma N. Hutagalung, Maria Mariana Tinambunan, Nico Jeremi Siahaan, and Lamhoras H. Siregar. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Dwi Karya Sartika." *Jurnal Paradigma Ekonomika* 16(1):81–96. doi: 10.22437/jpe.v16i1.12082.
- Manampiring, A. S., W. J. A. F. Tumbuan, and R. S. Wenas. 2016. "The Analysis Of Product, Price, Location, And Promotion On Consumer Satisfaction at PT. Bank Mandiri Tbk Credit Card Manado." *Jurnal EMBA* 4(2):164–76.
- Mansandra, Hayat, Teti Chandrayanti, ; Meri, and Dwi Anggraini. 2022. "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Incim Alahan Panjang." *Jm* 5(1):15–28.
- Nofrianda, Herry. 2019. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen Industry/ Toko Bakery Di Kota Bengkulu)." *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* 13(1):71–85. doi: 10.33369/insight.13.1.71-85.
- Novia, Aidil, Habil Winnu Satria, Finda Sumarni, Farah Ilmi Arfat, Oktavania Syuhada, and Silvinar Silvinar. 2020. "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kesadaran Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Bakso Di Padang." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5(1):1–15.
- Nugroho, Aditya, and Prihartini Budi Astuti. 2021. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar." 3(3):598–608.
- Nurrofi, Akhamd. 2020. "(Studi Kasus Pada Usaha Perdagangan Counter Shiba Comunication

- Semarang).” 2(1):169–79.
- Nyoman, Dewa, and Benni Kusyana. 2020. “Peran Kualitas Layanan Dalam Menciptakan Loyalitas Mahasiswa Putu Atim Purwaningrat (2) Milla Permata Sunny (3) (1)(2)(3) Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia.” 2(1):10–27.
- Pio, J; Mamuaya, N, C; Angmalisang, S. 2022. “Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Janji Jiwa Jilid 667 Tomohon.” *Jurnal Ilmiah MEA* 6(3):2019–30.
- Purba, Tiurniari. 2023. “Pengaruh Keragaman Produk , Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Trisigma Globalindo.” 6(5):460–70.
- Sari, N. L. P. Dea Alvionita, and N. M. Dwi Ariani Mayasari. 2022. “Kecamatan Banjar.” 4(1):108–15.
- Sholikah, Isnaini, Unna Ria Safitri, and A. Fidhdiarr Ariestanto T N K. 2020. “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen Paras Snack Di Kabupaten Boyolali Tahun 2019).” *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi* 8(2):41–48. doi: 10.36596/ekobis.v8i2.475.
- Sintya. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Habitat Ubud.” *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata* 1(3):861–72.
- Sofyan, C., J. L. Sepang, and S. Loindong. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wht’s Up Cafe Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7(3):4230–40.
- Sugiyono, 2018. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Susilowati, Ratna. 2022. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Bakso Gajah Mungkur Mas Bejo Wonogiri Jakarta.” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1(04):54–63. doi: 10.56127/jukim.v1i04.155.
- Syahidin, Syahidin, and Adnan Adnan. 2022. “Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon.” *Gajah Putih Journal of Economics Review* 4(1):20–32. doi: 10.55542/gpjer.v4i1.209.
- Tanjung, Agustini. 2020. “Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa* 05(03):1–18.
- Tengku Mahesa Khalid. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Penghuni Rumah Kos 33 Jati Padang Pasar Minggu Jakarta Selatan).” *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah* 2(1):18–32. doi: 10.57113/his.v2i1.24.
- Wibisono, Aryo, and , Syahril. 2016. “Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *PERFORMANCE “ Jurnal Bisnis & Akuntansi”* 6(2):32. doi: 10.24929/feb.v6i2.268.