

## Pengaruh Lokasi, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Usaha Jasa Cepot Laundry di Kelurahan Teratai Muara Bulian

Nadiatul Khoiroh<sup>1</sup>, Khaisan Isnani<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Universitas Graha Karya Muara Bulian Jambi  
Jl. Gajah Mada Muara Bulian, Telp. (0741) 23022  
E-mail : [nadiatulkhoiroh88@gmail.com](mailto:nadiatulkhoiroh88@gmail.com)

### Abstract

This study to determine the effect of location, price and promotion on customer satisfaction at Cepot Laundry, teratai muara bulian village. The type of research used is a quantitative approach research. The population of this study was 4,056 people and the sample population was 44 respondents. Based on the analysis of data processing that has been tested, all research variable are declared valid and reliable. The partial effect (*t* test) of Location ( $X_1$ ) = (3,163 > 2,02108), price ( $X_2$ ) = (3,183 > 2,02108 and promotion ( $X_3$ ) = (5,321 > 2,02108) where  $H_0$  accepted because the value of *t* count is greater than *t* table (2,02108). While the simultane value (*f* test) Of the influence of location, price and promotion is 124,377, greater than *f* table 92,85), this means that the variable  $X_1, X_2, X_3$  have a significant influenced on the *Y* variable. Then the coefecient of determination ( $R^2$ ) obtained from the adjusted *R* square value of 0,896 the number shows that 89,6% of the dependent variable outside of this study.

**Keywords:** location, price, promotion, satisfaction

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di Cepot Laundry kelurahan Teratai Muara Bulian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah 4.056 orang dan populasi yang dijadikan sampel yaitu sejumlah 44 responden. Berdasarkan analisis pengolahan data yang telah diuji, semua variable penelitian dinyatakan valid dan reliable. Adapun pengaruh secara parsial (uji *t*) dari Lokasi ( $X_1$ ) = (3,163 > 2,02108), harga ( $X_2$ ) = (3,183 > 2,02108) dan promosi ( $X_3$ ) = (5,321 > 2,02108) dimana  $H_0$  diterima karena nilai *t* hitung lebih besar dari *t* table (2,02108). Sedangkan nilai secara simultan (uji *f*) pengaruh lokasi, harga dan promosi sebesar 124,377 lebih besar dari *f* table (2,85) ini berarti variabel  $X_1, X_2, X_3$  memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *Y*. Kemudian koefisien koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh dari nilai adjusted *R* square sebesar 0,896 angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 89,6% variabel terikat dipengaruhi variabel bebas dan sisanya 10,4% di pengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

**Kata kunci:** Lokasi, harga, promosi, kepuasan pelanggan

### 1. Pendahuluan

Pada saat ini perkembangan dunia bisnis sangat pesat dan telah berdampak pada semakin banyaknya unit usaha baru yang dirilis masyarakat baik yang berskala kecil, menengah maupun yang berskala besar. Dan hal ini , diikuti dengan pesatnya perkembangan penyediaan jasa Laundry kiloan. Keberadaan jasa laundry kiloan, mampu menunjang kebutuhan para pelanggan untuk mencuci dan menyetrika pakaian. Usaha laundry semakin tumbuh dan berkembang di berbagai lokasi mulai dari tempat terpencil sampai tempat keramaian. Laundry ini sudah menjadi gaya hidup masyarakat saat ini yang ingin serba praktis, karena tuntutan kesibukan dari berbagai kalangan contohnya seperti para ibu rumah tangga, mahasiswa, karyawan. Biasanya mereka menyerahkan pada jasa laundry untuk mencuci dan nmenyetrika pakaian mereka dengan cepat dan baik.

### 2. Metode

Dalam penelitian ini menggunakan pendidikan kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan



sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### 2.1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya suatu kuisisioner dikatakan valid jika mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Pengujian validitas ini menggunakan person correlation yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan. Uji validitas dilakukan untuk menguji ketetapan setiap item dalam mengukur instrumennya. Pengujian ini dilakukan dengan mengkorelasikan skor item pertanyaan dengan total skor totalnya.

### 2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji tingkat ketetapan yang konstan atau tidak, disamping itu reliabilitas juga dimaksud untuk mengetahui apakah kuisisioner dapat diandalkan dalam mengukur suatu jawaban dari suatu pertanyaan yang diajukan kepada auditor yang bertindak sebagai responden. Pengujian terhadap tingkat riabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah kuisisioner dapat memberikan ukuran yang konstan dan akurat atau tidak. Koefisien keandalan menunjukkan ukuran yang konstan dan akurat atau tidak. Koefisien keandalan menunjukkan mutu seluruh proses pengumpulan data suatu penelitian. Koefisien *Alpha Cronbrac*. Uji reliabelitas menunjukkan pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil pada pengukuran tertentu disetiap kali pengukuran dilakukan pada hal yang sama.

### 2.3. Regresi Linier Berganda

Regresi Linier berganda digunakan untuk melakukan pengujian pengaruh antara lebih dari satu variabel independen dan satu variabel dependen yaitu lokasi (X1), harga (X2), dan promosi (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) . dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

### 2.4. Uji t (Uji Signifikansi parsial)

Uji t (Uji Signifikansi Parsial) uji t digunakan untuk menguji signifikansi ikatan antara variabel X dan Variabel Y dan mengetahui apakah variabel X1,X2 dan X3 benar-benar mempengaruhi variabel Y.

### 2.5. Uji f

Uji f dilakukan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi dalam menaksirkan nilai actual. Secara statistic dapat diukur dengan menggunakan uji f. uji f bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

### 2.6. Analisa Koefisien Diterminasi

Koefesien Determinasi ( $R^2$ ) adalah alat analisa untuk memastikan tingkat akurasi terbaik dalam analisis regresi yang ditunjukkan dengan besarnya koefesien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) dan 1(satu). Jika koefesien determinasi mendekati satu berarti bahwa variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Selain itu koefesien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Dengan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

## 3. Hasil Penelitian

**Tabel. 1. Uji Validitas**

UJI VALIDITAS				
Variabel	Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Ket
Lokasi (X1)	1	0,913	0,2973	Valid



	2	0,903	0,2973	Valid
	3	0,905	0,2973	Valid
	4	0,900	0,2973	Valid
	5	0,863	0,2973	Valid
	6	0,888	0,2973	Valid
	7	0,847	0,2973	Valid
	8	0,824	0,2973	Valid
Harga (X2)	1	0,887	0,2973	Valid
	2	0,907	0,2973	Valid
	3	0,887	0,2973	Valid
	4	0,922	0,2973	Valid
	5	0,869	0,2973	Valid
Promosi (X3)	1	0,817	0,2973	Valid
	2	0,913	0,2973	Valid
	3	0,820	0,2973	Valid
	4	0,879	0,2973	Valid
	5	0,892	0,2973	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,764	0,2973	Valid
	2	0,822	0,2973	Valid
	3	0,754	0,2973	Valid
	4	0,844	0,2973	Valid
	5	0,774	0,2973	Valid
	6	0,780	0,2973	Valid
	7	0,857	0,2973	Valid
	8	0,727	0,2973	Valid

Sumber : Data Primer

Tabel 1 menunjukkan semua indicator yang digunakan dalam mengukur variabel dalam penelitian ini dari 44 responden koefisien korelasi (r hitung) lebih besar dari r Tabel (0,2973.) berarti semua indicator yang digunakan valid .

**Tabel 2. Uji Reliabilitas**

UJI RELIABILITAS			
Variabel	Nilai Alpha	Batas Reliabilitas	Ket
Lokasi (X1)	0,958	0,5	Reliabel
Harga (X2)	0,935	0,5	Reliabel
Promosi (X3)	0,915	0,5	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,914	0,5	Reliabel

Sumber : Data Primer

Berdasarkan Table 2. menunjukkan bahwa semua variabel nilai alpha > signifikan (taraf signifikan 0,5) maka dengan demikian, hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliable.



**Tabel 3. Regresi Linier Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.168	1.213		.139	.890
lokasi (X1)	.264	.084	.303	3.163	.003
Harga (X2)	.340	.107	.246	3.183	.003
promosi (X3)	.683	.128	.479	5.321	.000

Berdasarkan tabel 3 maka dapat disajikan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,168 + 0,264 X1 + 0,340 X2 + ,683 X3$$

Dari persamaan regresi berganda tersebut maka didapatkan nilai a (konstanta) sebesar 0,168 dan nilai koefisien regresi atau nilai pengaruh b1 sebesar 0,168, nilai b2 sebesar 0,340, nilai b3 sebesar 0,683.

### 3.1. Uji t

Hasil pengujian pada tabel 3 menjelaskan bahwa variabel lokasi diperoleh nilai (3,163 > 2,02108) dengan kata lain nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel pada tingkat signifikansi 0,05, hal ini menunjukkan adanya pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Cepot Laundry.

### 3.2. Uji f

**Tabel 4. Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1345.150	3	448.383	124.377	.000 <sup>b</sup>
Residual	144.202	40	3.605		
Total	1489.352	43			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), promosi (X3), Harga (X2), lokasi (X1)

Berdasarkan tabel 4 di atas diperoleh  $f_{hitung}$  sebesar 124,377 dan  $f_{tabel}$  sebesar 2,85. Dengan kriteria keputusan  $f_{hitung} > f_{tabel}$  (124,377 > 2,85) artinya adanya pengaruh lokasi, harga dan promosi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

### 3.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 5. Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.950 <sup>a</sup>	.903	.896	1.89870

a. Predictors: (Constant), promosi (X3), Harga (X2), lokasi (X1)



Berdasarkan tabel 5 diatas nilai Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,896, hal ini berarti pengaruh lokasi, harga dan promosi sebesar 89,6 % terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan 10,4% sisanya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di pengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 4. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa lokasi, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap usaha jasa cepot laundry, baik secara parsial dan simultan. Variable promosi sebagai Variabel yang sangat dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan dibandingkan variabel lainnya.

#### Daftar Pustaka

- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Alfabeta.
- Fandi Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: CV ANDI
- Gusti. 2017. Pengaruh Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Guber Gadget Pocanan di Kediri. *Simki-Ekonomi* Vo.1.01 No. 10.
- Kotler, Philip, Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV ANDI
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D* Bandung: Alfabeta.

