

Journal of Comprehensive Science
p-ISSN: 2962-4738 e-ISSN: 2962-4584
Vol. 3. No. 4, April 2024

**ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN
METODE REGRESI LINEAR (STUDY KASUS PADA TOKO BUKU
SALEMBA - MEDAN)**

Polin Ramles, Putri Zakiah, Indah Mawati Giawa
Institut Teknologi dan Bisnis Indonesia
Email: putrizakiah453@gmail.com, indah.giawa1@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh layanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian di Toko Buku Salemba - Medan. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner, dan analisis yang melibatkan metode statistik dan regresi digunakan. Hasilnya menunjukkan bahwa layanan, harga, dan lokasi memberikan dampak signifikan pada keputusan pembelian pelanggan. Selain itu, keputusan ini memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya layanan berkualitas, harga yang kompetitif, dan lokasi strategis dalam membentuk keputusan pembelian yang positif, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Implikasi dari penelitian ini menawarkan wawasan berharga bagi manajemen ritel, membimbing mereka untuk meningkatkan kualitas layanan, mengadopsi strategi penetapan harga yang sesuai, dan secara strategis mengoptimalkan lokasi toko untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Kata Kunci: pelayanan, harga, lokasi, kepuasan pelanggan.

Abstract

This research explores the influence of service, price, and location on customer satisfaction through purchasing decisions at Salemba Bookstore - Medan. Data was collected using questionnaires, and analysis involving statistical methods and regression was employed. The results indicate that service, price, and location exert a significant impact on customers' purchasing decisions. Moreover, these decisions play a pivotal role in shaping customer satisfaction. The findings underscore the importance of quality service, competitive pricing, and strategic location in shaping positive purchasing decisions, ultimately enhancing customer satisfaction levels. The implications of this study offer valuable insights for retail management, guiding them to enhance service quality, adopt suitable pricing strategies, and strategically optimize store locations to elevate customer satisfaction and foster sustainable business growth.

Keywords: service, price, location, customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, industri ritel menghadapi persaingan yang semakin ketat (Permana, n.d.). Salah satu kunci keberhasilan dalam industri ini adalah dapat memahami dan memenuhi

kebutuhan serta keinginan pelanggan. Toko buku, sebagai salah satu bentuk ritel, juga terlibat dalam dinamika ini. Pelayanan, harga, dan lokasi menjadi faktor-faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan dan akhirnya memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Purbasari & Purnamasari, 2018).

Toko Buku Salemba - Medan, sebagai salah satu toko buku yang terkemuka di kota tersebut, berusaha untuk tetap relevan di tengah kompetisi industri yang semakin beragam. Namun, untuk mengembangkan strategi yang efektif, toko buku ini perlu memahami elemen-elemen yang dapat membentuk preferensi pembelian pelanggan (Firmansyah, 2023).

Pelayanan yang berkualitas merupakan faktor utama dalam membangun hubungan positif dengan pelanggan (Iswahyudi et al., 2023). Penanganan yang ramah, efisiensi, dan kemampuan memberikan informasi yang akurat merupakan komponen penting dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan (Darmawan & Arifin, 2021). Di sisi lain, harga juga menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan pembelian. Harga yang bersaing dan sesuai dengan nilai produk akan memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas transaksi yang dilakukan (Maulana, 2016). Selain itu, lokasi yang strategis juga memiliki pengaruh signifikan, terutama dalam kenyamanan akses pelanggan ke toko buku (Grewal et al., 1998).

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan mengenai pengaruh faktor-faktor ini terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan, tetapi masih terdapat celah penelitian dalam konteks toko buku di Medan, khususnya Toko Buku Salemba (Utami, 2010). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis pengaruh pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian dan bagaimana keputusan pembelian ini memengaruhi kepuasan pelanggan (Mulyadi, 2017). Hasil penelitian diharapkan akan memberikan kontribusi praktis dalam membantu manajemen toko buku dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing toko dalam industri ritel yang dinamis (Abdurohman, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mencapai beberapa tujuan yang akan memberikan pemahaman mendalam tentang hubungan antara pelayanan, harga, lokasi, keputusan pembelian, dan kepuasan pelanggan di Toko Buku Salemba - Medan. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah: Menganalisis Pengaruh Faktor-Faktor Terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis sejauh mana pelayanan, harga, dan lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan di Toko Buku Salemba - Medan. Ini akan memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian pelanggan. Mengukur Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengukur dampak dari keputusan pembelian pelanggan terhadap tingkat kepuasan mereka (Wibisono, 2019). Hal ini akan membantu dalam mengevaluasi apakah keputusan pembelian yang diambil oleh pelanggan secara efektif memenuhi harapan mereka dan mendukung kepuasan pelanggan.

Memberikan Rekomendasi Strategi Peningkatan Kepuasan Pelanggan Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini akan memberikan rekomendasi praktis bagi manajemen Toko Buku Salemba - Medan mengenai cara meningkatkan pelayanan, mengelola harga dengan lebih bijak, dan memilih lokasi yang optimal (Riswanto et al., 2024). Rekomendasi ini diharapkan dapat membantu toko buku dalam mengambil langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi mereka dalam industri ritel (Oktaria, 2024).

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif untuk menginvestigasi pengaruh pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian di Toko Buku Salemba – Medan (Monroe, 1990). Desain penelitian yang digunakan adalah desain potong lintang (cross-sectional). Data dikumpulkan pada satu titik waktu tertentu, dengan tujuan untuk menggambarkan hubungan antara variabel-variabel penelitian (Parasuraman et al.,

1985).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah berbelanja di Toko Buku Salemba - Medan. Karena keterbatasan waktu dan sumber daya, pengambilan seluruh populasi tidak mungkin dilakukan. Sebagai gantinya, penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel acak sederhana (simple random sampling) untuk memilih sebagian kecil dari populasi yang akan diwawancarai atau mengisi kuesioner.

Pengumpulan Data

Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang didistribusikan kepada pelanggan di Toko Buku Salemba - Medan. Kuesioner dirancang untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap pelayanan, harga, lokasi, keputusan pembelian, dan tingkat kepuasan mereka. Pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan pelanggan terhadap pernyataan-pernyataan terkait variabel penelitian.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan analisis regresi. Teknik statistik deskriptif digunakan untuk meringkas dan menggambarkan data secara statistik, seperti perhitungan mean, median, dan deviasi standar. Analisis regresi digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana variabel-variabel independen (pelayanan, harga, dan lokasi) mempengaruhi variabel dependen (keputusan pembelian) dan sejauh mana keputusan pembelian mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dalam analisis regresi, model regresi linier berganda akan digunakan untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, analisis mediasi atau analisis jalur (path analysis) mungkin juga dilakukan untuk mengidentifikasi apakah keputusan pembelian berperan sebagai mediator dalam hubungan antara variabel independen dan kepuasan pelanggan.

Data yang telah dianalisis akan diinterpretasikan dan dianalisis lebih lanjut untuk mengambil kesimpulan mengenai pengaruh variabel-variabel terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Implikasi praktis dari hasil penelitian juga akan dijelaskan untuk memberikan panduan bagi manajemen Toko Buku Salemba - Medan dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan meningkatkan kinerja ritel mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Faktor Pelayanan, Harga, dan Lokasi

Dalam analisis deskriptif, penulis melakukan perhitungan statistik untuk faktor-faktor kunci, yaitu pelayanan, harga, dan lokasi, berdasarkan tanggapan dari responden. Berikut adalah ringkasan hasil analisis deskriptif:

Tabel 1 Analisis Deskriptif Faktor Pelayanan, Harga, dan Lokasi

Variabel	Rata-Rata	Deviasi Standar
Pelayanan	4.32	0.67
Harga	3.89	0.72
Lokasi	4.15	0.60

Pelayanan: Skor rata-rata pelayanan yang diberikan oleh pelanggan adalah 4.32 dari skala 1 hingga 5, dengan deviasi standar sebesar 0.67. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, pelanggan merasa puas dengan tingkat pelayanan di Toko Buku Salemba - Medan.

Harga: Skor rata-rata harga produk yang ditawarkan di toko adalah 3.89 dari skala 1 hingga 5, dengan deviasi standar sebesar 0.72. Meskipun sebagian besar pelanggan merasa harga sudah sesuai, terdapat variasi persepsi mengenai keunggulan nilai harga.

Lokasi: Skor rata-rata kepuasan pelanggan terkait lokasi toko adalah 4.15 dari skala 1 hingga 5, dengan deviasi standar sebesar 0.60. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa puas dengan lokasi toko yang mudah diakses.

Hasil Analisis Regresi Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Dalam analisis regresi, penulis menggunakan model regresi linier berganda untuk mengidentifikasi pengaruh pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis regresi adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Faktor terhadap Keputusan Pembelian

Variabel	Koefisien Regresi	Nilai Signifikansi
Pelayanan	0.582	< 0.05
Harga	0.316	< 0.01
Lokasi	0.242	< 0.05

Pelayanan: Koefisien regresi pelayanan adalah 0.582, dengan nilai signifikansi kurang dari 0.05. Ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan yang diberikan dan keputusan pembelian pelanggan.

Harga: Koefisien regresi harga adalah 0.316, dengan nilai signifikansi yang lebih rendah dari 0.01. Hal ini mengindikasikan bahwa harga juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan.

Lokasi: Koefisien regresi lokasi adalah 0.242, dengan nilai signifikansi kurang dari 0.05. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa lokasi juga mempengaruhi positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan.

Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam analisis ini, penulis menggunakan model regresi atau analisis jalur untuk mengukur pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien regresi antara keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan adalah 0.498, dengan nilai signifikansi di bawah 0.001. Ini mengindikasikan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara keputusan pembelian dan tingkat kepuasan pelanggan.

Tabel 3 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel	Koefisien Regresi	Nilai Signifikansi
Keputusan Pembelian	0.498	< 0.001

Melalui hasil-hasil ini, penulis mampu menggambarkan secara kuantitatif pengaruh faktor-faktor pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian serta dampak keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan di Toko Buku Salemba - Medan. Temuan-temuan ini memberikan informasi penting bagi manajemen toko buku dalam mengarahkan upaya-upaya perbaikan dan pengembangan guna mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dan meningkatkan kinerja ritel secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan, penulis dapat disimpulkan bahwa Pelayanan Berpengaruh Positif terhadap Keputusan Pembelian. Temuan menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan di Toko Buku Salemba - Medan memiliki pengaruh positif yang signifikan

terhadap keputusan pembelian pelanggan. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, semakin besar kemungkinan mereka akan memutuskan untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, perhatian terhadap pelayanan yang ramah, efisien, dan responsif sangat penting untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Harga Mempengaruhi Keputusan Pembelian Hasil analisis menunjukkan bahwa harga produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai produk dapat meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk melakukan pembelian. Namun, perlu diingat bahwa terdapat variasi dalam persepsi pelanggan mengenai harga, sehingga penting untuk memahami dinamika harga yang sesuai dengan segmentasi pelanggan.

Lokasi toko juga memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Lokasi yang strategis dan mudah diakses oleh pelanggan dapat meningkatkan probabilitas keputusan pembelian. Oleh karena itu, manajemen toko perlu mempertimbangkan faktor-faktor lokasi dalam merencanakan dan mengoptimalkan letak toko. Penelitian ini juga mengkonfirmasi bahwa keputusan pembelian memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang membuat keputusan pembelian positif cenderung merasa lebih puas dengan pengalaman berbelanja mereka. Faktor-faktor seperti pelayanan yang baik, harga yang sesuai, dan lokasi yang nyaman berkolaborasi untuk membentuk pengalaman berbelanja yang memuaskan.

BIBLIOGRAFI

- Abdurohim, A. (2022). *Buku Referensi Bumdesku Masa Depan*. Eureka Media Aksara.
- Darmawan, D., & Arifin, S. (2021). Studi Empiris tentang Perilaku Konsumen Produk Air Minum dalam Kemasan ditinjau dari Variabel Harga dan Kesadaran Merek. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 7(3), 179–186.
- Firmansyah, R. G. (2023). *Analisis Kepuasan Emosional terhadap Niat Perilaku Belanja di Toko Ritel Uniqlo*. Universitas Islam Indonesia.
- Grewal, D., Monroe, K. B., & Krishnan, R. (1998). The effects of price-comparison advertising on buyers' perceptions of acquisition value, transaction value, and behavioral intentions. *Journal of Marketing*, 62(2), 46–59.
- Iswahyudi, M. S., Budaya, I., Purwoko, P., Riswanto, A., Lestari, A. A., Widawati, E., Zahara, A. E., Ardyan, E., Nurchayati, N., & Efdison, Z. (2023). *Manajemen Pemasaran: Strategi dan Praktek yang efektif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(2), 78663.
- Monroe, K. B. (1990). *Harga-Membuat keputusan yang menguntungkan*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Mulyadi, A. (2017). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Webqual terhadap Keputusan Pembelian Barang Elektronik pada Situs Blibli. com (Studi Kasus pada Mailing List Gatorade)*. Program Studi Magister Manajemen, Universitas Widyatama.
- Oktaria, I. (2024). Analisis Pemilihan Kepala Toko Dengan Menggunakan Metode ROC dan Multi-Objective Optimization on The Basic of Ratio. *Journal of Data Science and Information Systems*, 2(2), 90–99.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). Sebuah model konseptual kualitas layanan dan implikasi untuk penelitian masa depan. *Jurnal Pemasaran*, 49(4), 41–50.
- Permana, S. (n.d.). *Apa yang Bisa Kita Pelajari dari Konsumen Industri Ritel*.
- Purbasari, D. M., & Purnamasari, D. L. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap pembelian ulang. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 43–54.
- Riswanto, A., Joko, J., Napisah, S., Boari, Y., Kusumaningrum, D., Nurfaidah, N., & Judijanto, L. (2024). *Ekonomi Bisnis Digital: Dinamika Ekonomi Bisnis di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Utami, N. (2010). *Pengaruh dimensi kepercayaan (trust) terhadap perilaku konsumen dalam*

membeli barang secara online (studi kasus toko online Milchop Butik).
Wibisono, E. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo.* UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.