



<http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, FASILITAS, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PEMANCINGAN OJI KOTA DEPOK

Dedy Wahyudi¹, Sri Prapti Fajar Nursanti², Meri Safarwati Putri³, Farida Farida⁴

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi terhadap kepuasan konsumen pada pemancingan Oji di Kota Depok. Sampel penelitian sebanyak seratus responden. Metode probability sampling digunakan dalam pengambilan sampel. Metode pengumpulan data menggunakan metode Survei melalui angket yang diisi oleh responden. Uji t digunakan untuk hasil penelitian ini dan bahwa kualitas layanan, fasilitas diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan lokasi memberikan pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel fasilitas adalah variabel yang lebih besar pengaruhnya dari variabel lainnya dalam mempengaruhi variabel kepuasan konsumen. Secara simultan variabel kualitas layanan, fasilitas, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Penelitian ini diharapkan menjadi tambahan informasi bagi pebisnis terutama para pengelola kolam pemancingan untuk kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Fasilitas, Lokasi, Kepuasan Konsumen.

Abstract

The aim of this research is to determine the influence of service quality, facilities, location on consumer satisfaction with Oji fishing in Depok City. The research sample was one hundred respondents. The probability sampling method was used in sampling. The data collection method uses the survey method through questionnaires filled out by respondents. The t test was used for the results of this research and it was found that service quality and facilities had a positive and significant effect on consumer satisfaction, while location had a positive and insignificant effect on consumer satisfaction. The facility variable is a variable that has a greater influence than other variables in influencing consumer satisfaction variables. Simultaneously, the variables of service quality, facilities, location have a positive and significant effect on the consumer satisfaction variable. This research is expected to provide additional information for business people, especially fishing pond managers, for consumer satisfaction.

Keywords : Service Quality, Facilities, Location, Customer Satisfaction

^{1,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sahid

^{2,3} Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid

dedy4r@yahoo.com

PENDAHULUAN

Daerah Depok Jawa Barat kegiatan memancing saat ini merupakan kegiatan yang semakin marak berkembang. Bisa kita jumpai dan lebih mudah dilihat terutama pada saat hari libur orang yang hobi memancing di lapak lapak pemancingan, di pinggiran setu, empang dan kolam ikan. Kolam pemancingan merupakan salah satu pilihan untuk memenuhi kebutuhan akan rekreasi dan tempat wisata. Kolam pemancingan banyak menyediakan suasana yang asri dan nyaman, tempat menjual makanan, serta pembelian ikan segar. Tujuan utama memancing pada umumnya adalah untuk rekreasi dan menangkap ikan.

Memancing menjadi olah raga, hobi bahkan menjadi kegiatan wisata bagi warga Depok pada era sekarang, jadi tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhan pangan saja. Bagi karyawan yang penat dan sibuk dengan pekerjaannya sehari-hari maka kegiatan memancing merupakan salah satu alternatif sebagai media rekreasi. Mereka bisa mengembalikan stamina, beristirahat dan menyegarkan pikiran di tempat pemancingan. Para pemancing berujar bahwa dengan memancing memberikan kepuasan tersendiri. Selain itu, tempat pemancingan yang ramah lingkungan, asri, dan hijau bisa menjadi tempat destinasi wisata bagi keluarganya dan pemancing.

Mencermati fenomena di atas maka banyak para pemilik kolam pemancingan ikan disaat ini terutama di Kota Depok menjamur, bermunculan dan mempunyai prospek untuk mengembangkan usahanya dengan baik dan bisa bagi para pemilik kolam pemancingan ikan menjadi sumber pendapatan utama.

Tempat pemancingan Oji yang terletak di wilayah kelurahan Kalimulya, Kecamatan Cilodong Kota Depok dengan alam dan suasana yang masih asri adalah salah satu tujuan wisata rekreasi pemancingan ikan bagi warga kota Depok. Luas kolam pemancingan Oji sekitar 8000 meter persegi. Tersedia 5 kolam pemancingan dengan ukuran yang berbeda, kolam terbesar atau kolam A berukuran sekitar 5 x 15 meter.

Pada masa liburan tingkat kunjungan ke tempat pemancingan Oji cukup tinggi apabila dibandingkan dengan kunjungan ke tempat pemancingan lainnya di kota Depok. Hal tersebut dapat dilihat di tabel jumlah kunjungan ke pemancingan Oji pada bulan Januari sampai dengan April 2023 adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Jumlah Kunjungan Pemancingan Oji Tahun 2023

No	Bulan.	Jumlah
1.	Januari	793
2.	Februari	692
3.	Maret	705
4.	April	425
Jumlah Total		2615

Sumber: Data Primer (2023)

Pada tabel 1 terlihat bahwa jumlah kunjungan ke tempat pemancingan Oji masih terlihat naik turun per bulannya dan berdasarkan survey awal yang telah dilakukan melalui wawancara di tempat pemancingan Oji kepada sejumlah pengunjung dapat diketahui bahwa pada saat mereka berkunjung ke tempat pemancingan Oji merasakan adanya sejumlah kekurangan. Adapun kekurangan tersebut adalah yang berhubungan dengan keterampilan karyawan didalam melayani kepada para pengunjung dan kelengkapan sarana prasarana di pemancingan Oji Depok. Ketidakpuasan pengunjung tersebut akan menjadi catatan tidak

baik apabila tidak diperhatikan dan diperbaiki, karena akan berdampak pada berkurangnya jumlah pengunjung dan mengancam keberlangsungan usaha pemancingan secara tidak langsung.

Pada penelitian sebelumnya, bahasan studi tentang variabel kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi dan kepuasan konsumen telah banyak dilakukan, tetapi terdapat perbedaan hasil yang ditunjukkan oleh penelitian terdahulu. (Diandaris Nurhandika Rahman, 2013) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan, Fasilitas., Persepsi Harga dan Lokasi adalah ukuran yang akan menjadi pertimbangan untuk menunjukkan besarnya Kepuasan pengunjung didalam menggunakan produk di pemancingan Ngerembell Asri gunungpati Semarang, disimpulkan bahwa pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen yaitu variabel harga, sedangkan variabel lokasi, kualitas pelayanan dan fasilitas sangat rendah. Sedangkan penelitian (Dimas Dwi Kurniawan & Euis Soliha, 2022) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan variabel fasilitas berpengaruh paling besar dan signifikan dibandingkan variabel kualitas pelayanan dan lokasi.

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah disampaikan di atas, maka pada penelitian ini peneliti bertujuan untuk melakukan penelitian yang meneliti pada objek yang berbeda yang mana penelitian ini berfokus pada pengaruh Kualitas Pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di pemancingan Oji Depok. Sehingga penelitian ini diharapkan bisa dijadikan tambahan informasi bagi para pebisnis terutama para pebisnis kolam pemancingan untuk dapat mengelola faktor yang ada di dalam kendali pemasar sehingga dapat mendorong para pemancing berkunjung di tempat kolam pemancingan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas layanan. Menurut Kotler dan Keller (2015) tanggapan pelanggan kepada kualitas pelayanan adalah nilai yang menyeluruh atas keutamaan suatu pelayanan, kualitas layanan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan diakhiri pada tanggapan pelanggan, sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2016) kualitas adalah sebagai keadaan yang dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang melebihi atau memenuhi harapan.

Pada intinya, kualitas layanan berfokus kepada keinginan pelanggan dan pemenuhan kebutuhan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi keinginan pelanggan, jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan merupakan faktor pertama yang mempengaruhi kualitas layanan. Adapun dimensi kualitas pelayanan berdasarkan studi dari Hardiyansyah (2018) adalah sebagai berikut: (1) Bukti langsung (*Tangible*), yaitu sarana komunikasi, perlengkapan, penampilan fisik dan pegawai; (2) Keandalan (*Reliability*), meliputi memberikan kemampuan pelayanan yang memuaskan, segera dan akurat; (3) Daya tanggap (*Responsiveness*) adalah memberikan pelayanan dengan tanggap; (4) Jaminan (*Assurance*) yaitu sifat dapat dipercayai yang dimiliki oleh para karyawan bebas dari bahaya, pengetahuan, kesopanan dan kemampuan; (4) Empati (*Emphaty*), adalah memahami kebutuhan pelanggan, perhatian pribadi, komunikasi yang baik serta kemudahan dalam melakukan hubungan.

Fasilitas. Menurut Kotler dan Keller (2015) fasilitas yaitu semua yang bersifat peralatan fisik dan pihak penjual jasa mempersiapkan untuk mendukung konsumen menjadi nyaman. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2016) menyatakan fasilitas adalah sumber

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen...

Dedy Wahyudi, Sri Prapti Fajar Nursanti, Meri Safarwati Putri, Farida Farida

daya fisik yang berada di dalam Perusahaan jasa yang dapat disampaikan kepada konsumen.

Apapun yang konsumen rasakan secara langsung maka harus diperhatikan oleh perusahaan terutama kebersihan fasilitas, kondisi fasilitas, desain eksterior dan interior serta kelengkapan. Pelanggan akan meninggalkan perusahaan apabila tidak merasa puas dan akan menjadi pelanggan pesaing, sehingga dapat menyebabkan menurunnya keuntungan perusahaan akibat juga dari penurunan penjualan.

Kotler dan Keller (2015) menentukan fasilitas indikator yang perlu dipertimbangkan adalah: (1) perencanaan spasial; (2) aspek-aspek seperti tekstur, warna, proporsi yang dipertimbangkan, dikembangkan dan dikombinasikan untuk memancing respon emosional maupun intelektual dari orang atau pemakai yang melihatnya; (3) perencanaan ruang, mencakup perencanaan arsitektur dan interior, seperti perlengkapan dalam ruangan, penempatan perabotan, desain sirkulasi; (4) perabotan/perengkapan, perlengkapan berfungsi sebagai sarana yang dapat memberikan suatu kenyamanan, sebagai infrastruktur pendukung atau pajangan bagi penggunaan para pelanggan; (5) warna dan tata cahaya, warna yang dimaksud adalah pengaturan pencahayaan sesuai kegiatan yang dilakukan didalam ruangan dan warna jenis pewarnaan ruangan sesuai dengan suasana yang diinginkan yang dapat memberikan dampak rileks; (6) pesan yang disampaikan secara grafis, unsur yang terkait dan penting yaitu peletakan pemilihan bentuk fisik, penampilan visual, pencahayaan dan penampilan visual.

Lokasi. Menurut Kasmir (2014) lokasi adalah tempat untuk memajang barang-barang dagangannya atau lokasi adalah tempat melayani konsumen. Fandy Tjiptono (2016) menjelaskan bahwa lokasi mengacu pada kegiatan pemasaran yang mempermudah penyaluran jasa dan barang dari produsen ke konsumen. Selanjutnya Lupiyoadi (2013) menerangkan lokasi adalah keputusan yang dibuat oleh instansi atau Perusahaan yang berhubungan dengan staf dan operasinya ditempatkan.

Para pemancing ikan mas saat ini dalam menentukan tempat pemancingan tentunya sangat bijak dalam memilih lokasi dan melihat tempat atau lokasi memancing mereka. (Fandy Tjiptono (2016) menyatakan bahwa indikator-indikator tentang lokasi adalah: (1) akses, adalah lokasi yang mudah dijangkau dan mudah dilalui oleh transportasi umum; (2) visibilitas, adalah tempat atau lokasi yang dapat memberikan jarak pandang normal dan dapat dipandang dengan jelas; (3) lalu lintas, yaitu dengan pertimbangan kemacetan lalu lintas, banyak orang lalu-lalang dan kepadatan yang bisa menjadi hambatan; (4) area parkir yang luas, adalah tempat parkir yang aman dan nyaman; (5) ekspansi, yaitu perluasan usaha dikemudian hari yang cukup luas.

Kepuasan Konsumen. Memberikan nilai konsumen yang tinggi adalah kunci untuk menciptakan kesetiaan konsumen. Apabila kinerja dapat memenuhi keinginan sehingga konsumen akan merasa puas dan sebaliknya apabila kinerja berada di bawah keinginan konsumen maka konsumen merasa tidak puas. Kepuasan yaitu perasaan kecewa atau senang pada seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kesan dan tanggapan terhadap hasil suatu produk atau kinerja dan harapan-harapannya, (Kotler dan Keller, 2015).

Menurut Irawan (2012) indikator kepuasan konsumen adalah: (1) kepuasan jasa menyeluruh, pekerjaan yang dikerjakan selesai dengan tidak mengecewakan konsumen dan bagus akan dapat memberikan kepuasan bagi para konsumen yang memakai jasa Perusahaan; (2) merekomendasikan ke pihak lain. Jika kinerja bagus maka konsumen akan memberikan rekomendasi kepada temannya atau kerabatnya karena konsumen merasa puas;

(3) menggunakan jasa kembali, pelanggan akan menggunakan jasa dan produk kembali apabila pelanggan atau konsumen merasa puas dengan pelayanan dan produk yang didapatkannya.

METODE PENELITIAN

Jenis dan sumber data. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana penelitian menggunakan analisis statistik, yaitu untuk mendeskripsikan pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Pemancingan Oji di Kota Depok. Variabel independen dan variabel dependen penelitian ini adalah sebagai berikut: (a) variabel independen: Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi: (b) variabel dependen: Kepuasan Konsumen.

Asal data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah konsumen yang terpilih sebagai sampel dan yang pernah memancing ikan mas di pemancingan Oji di Kota Depok, sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari bermacam sumber informasi yang sudah dipublikasikan baik di penelitian terdahulu, jurnal-jurnal ilmiah dan literatur yang berkaitan atau berhubungan dengan penelitian ini.

Metode pengambilan sampel dan Populasi. Metode *probability sampling* adalah metode pengambilan sampel dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2015) semua anggota populasi memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk menjadi sampel, dengan alasan peneliti tidak mempunyai daftar yang lengkap individu populasinya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu para pengunjung yang pernah memancing ikan mas di pemancingan Oji di kota Depok. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data dari para responden. Data yang diambil dalam penelitian ini dari sampel seluruh populasi.

Jumlah sampel pada penelitian ini tidak terbatas. Sampel didalam penelitian ini berjumlah 100 sampel responden, hal ini dikarenakan menurut Sugiyono (2019) untuk penentuan besarnya sampel dapat diperoleh dari ukuran sampel lebih besar dari 30. dan kurang dari 500, maka jumlah sampel 100 dikarenakan untuk menghemat tenaga, biaya dan waktu dalam penelitian.

Instrumen Penelitian. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, dan sesuai dengan indikator dari variabel-variabel yang digunakan, maka instrument penelitian yang digunakan adalah sesuai dengan tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Operasional Variabel

Nama Variabel	Indikator
	Variabel Independen
Kualitas Layanan (Hardiyansyah, 2018)	1. <i>Tangible</i> (bukti langsung), 2. <i>Reliability</i> (keandalan), 3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap), 4. <i>Assurance</i> (Jaminan) 5. <i>Emphaty</i> (Empati).
Fasilitas (Kotler dan Keller, 2015)	1. Perencanaan Spasial/Pertimbangan 2. Perencanaan Ruang 3. Perabotan/Perlengkapan 4. Warna dan Tata Cahaya 5. Pesan-Pesan Yang Disampaikan Secara Grafis

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen...

Dedy Wahyudi, Sri Prapti Fajar Nursanti, Meri Safarwati Putri, Farida Farida

Nama Variabel	Indikator
Variabel Independen	
Lokasi (Fandy Tjiptono, 2016)	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Tempat Parkir yang Luas 5. Ekspansi
Variabel Dependen	
Kepuasan Konsumen (Irawan, 2009)	1. Kepuasan Jasa Secara Menyeluruh 2. Merekomendasikan Kepada Pihak Lain 3. Akan Menggunakan Jasa Kembali

Teknik Pengumpulan Data. Teknik Angket adalah teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini. Menurut Sugiyono (2015) angket yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pernyataan tertulis atau memberikan sebarang pertanyaan kepada responden untuk dapat dijawab.

Teknik Analisa Data. Menurut Ghozali (2013) pada penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah: (1) Uji Reliabilitas yaitu suatu teknik pengujian yang dilakukan untuk mengukur suatu angket yang merupakan indikator dari konstruk atau variabel. Angket dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pernyataan bersifat stabil atau konsisten; (2) Uji Validitas yaitu suatu teknik pengujian yang dilakukan untuk mengukur valid atau sah tidaknya suatu angket. Angket dipastikan valid apabila pertanyaan yang berada pada angket bisa untuk menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut; (3) Uji Asumsi Klasik. Tujuan uji asumsi klasik yaitu untuk menentukan apakah data yang ada tidak ada penyimpangan dan valid. Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas untuk menguji kenormalan distribusi residual. Analisis uji statistik dan grafik dapat digunakan untuk mengetahui normalitas data; Uji Multikolinieritas yaitu untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya hubungan atau korelasi antar variabel bebas; Uji Autokorelasi digunakan untuk menguji apakah didalam regresi linier ada korelasi atau hubungan antar residual pada suatu observasi.

Pengujian Regresi Liner Berganda yaitu untuk menguji atau mengetahui seberapa besar dan arah pengaruh variabel independen yang lebih dari 1 variabel terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Model regresi linear berganda $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \epsilon$, Dimana Y adalah Variabel Dependen, a = Konstanta, b = Koefisien regresi, X = Variabel Independen dan ϵ = Standard error. Korelasi Determinasi (R^2) teknik yang digunakan untuk memprediksi dan melihat berapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Uji Hipotesis adalah untuk melihat apakah ada atau tidaknya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen, dimana meliputi uji t dan uji f. Uji F untuk dapat mengetahui apakah variabel X atau independen secara keseluruhan atau simultan berpengaruh terhadap variabel Y atau dependen dan Uji t untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel X atau independen terhadap variabel Y atau dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptik. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin, ditunjukkan pada tabel 3 yaitu :

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan Jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	97	97
Perempuan	3	3
Total	100	100

Sumber: Data primer (2023)

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa respondent yang pernah memancing ikan mas di pemancingan Oji di Kota Depok mayoritas berjenis kelamin laki-laki sebanyak 97 orang atau sebanyak 97% dan sisanya 3 orang atau 3% yaitu Perempuan. Hal ini berarti bahwa yang lebih banyak mempunyai hobi memancing adalah laki-laki. Pada tabel 4 menunjukkan data karakteristik responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Karakteristik respondent berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
...<18 tahun	5	5
18 - 23 tahun	12	12
24 - 30 tahun	21	21
31 - 35 tahun	25	25
36 tahun <...	37	37
Total	100	100

Sumber: Data primer (2023)

Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa usia responden yang pernah memancing ikan mas di pemancingan Oji di Depok mayoritas berumur 36 tahun keatas. Responden berdasarkan usia yaitu yang berumur kurang dari 18 tahun sebanyak 5 orang atau 5%, umur 18-23 tahun sebanyak 12 orang atau 12%, umur 24-30 tahun sebanyak 21 orang atau 21%, umur 31-35 tahun sebanyak 25 orang atau 25%, umur diatas 36 tahun sebanyak 37 orang atau 37%. Berdasarkan umur responden yang pernah memancing menunjukkan bahwa usia responden yang pernah memancing mempunyai umur yang sudah dewasa.

Responden berdasarkan pekerjaan secara terperinci adalah Pelajar/Mahasiswa sebanyak 3%, Wiraswasta 15%, Karyawan Swasta 10%, PNS 8%, TNI 2%, Buruh 28%, dan lain-lain 34%. Berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa responden yang berdasarkan pekerjaan yaitu di luar dari pekerjaan yang tertulis. Data karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat ditunjukkan pada tabel 5 adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	3	3
Wiraswasta	15	15
Karyawan Swasta	10	10
PNS	8	8
Polisi	0	0

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen...

Dedy Wahyudi, Sri Prapti Fajar Nursanti, Meri Safarwati Putri, Farida Farida

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
TNI	2	2
Buruh	28	28
Dan lain-lain	34	34
Total	100	100

Sumber: Data primer (2023)

Informasi dari hasil penelitian yaitu sebagian besar respondent yang pernah memancing ikan mas di pemancingan Oji di Kota Depok berdasarkan pendapatan per bulan yaitu sebesar Rp 4.1 juta – 5 juta atau sebesar 42%. Secara lebih terperinci responden berdasarkan pendapatan yang pernah memancing ikan mas di pemancingan Oji di Kota Depok dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan

Pendapatan per bulan	Jumlah	Persentase (%)
...< Rp 2 juta	6	6
Rp. 2.1 juta-3 juta	7	7
Rp. 3.1 juta-4 juta	20	20
Rp. 4.1 juta-5 juta	42	42
...>Rp.5.1 juta	25	25
Total	100	100

Sumber: Data primer (2023)

Uji Realibilitas dan Validitas. Hasil uji reliability statistics variabel Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), Lokasi (X3) dan Kepuasan Konsumen (Y) masing-masing menunjukkan angka Cronbach's Alpha lebih besar daripada 0.60.

Tabel 7. Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas layanan	.813	10
Fasilitas	.660	6
Lokasi	.760	6
Kepuasan Konsumen	.709	4

Sumber: Output SPSS

Dengan demikian dari hasil uji reliabilitas maka N of Items indikator variable kualitas layanan (X1), fasilitas (X2), lokasi (X3) dan kepuasan konsumen (Y) dinyatakan reliabel atau terdapat konsistensi jawaban respondent atas pertanyaan kuesioner yang diajukan pada variabel-variabel pada penelitian ini.

Hasil uji validitas dilihat pada Nilai Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy pada variable Kualitas layanan (X1), Fasilitas (X2), Lokasi (X3) dan Kepuasan Konsumen (Y) masing-masing lebih besar daripada 0,50 dan nilai signifikansinya bernilai lebih kecil daripada 0,05 sehingga menunjukkan seluruh instrument valid atau akurat untuk mengukur respon responden.

Tabel 8. Uji Validitas

Variabel		X1	X2	X3	Y
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.841	.728	.806	.738
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	281.178	80.811	142.176	68.570
	df	45	15	15	6
	Sig	.000	.000	.000	.000

Sumber: Output SPSS

Uji Asumsii Klasik. Variance Inflationary Factor (VIF) pada Uji Multikolinearitas menunjukkan nilai variable independent sebesar, 1.708, 1.522, 1.373 menunjukkan lebih kecil dari 10, menunjukkan semua data variable independent pada penelitian ini tidak memiliki internal relation atau tidak memiliki keterkaitan satu sama lainnya. Sehingga variable Kualitas layanan, fasilitas dan lokasi pada penelitian ini bebas dari masalah multikolinearitas dan bisa dianalisis regresi.

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Kualitas Layanan, Fasilitas dan Lokasi

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
(Constant)		2.074	2.061		1.006	.317		
1	Kualitas Pelayanan	.170	.051	.357	3.324	.001	.585	1.708
	Fasilitas	.189	.084	.229	2.262	.026	.657	1.522
	Lokasi	.095	.076	.121	1.256	.212	.729	1.373

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Output SPSS Version 20

Nilai Durbin Watson pada Uji Autokorelasi menunjukkan nilai variable independent dan dependen sebesar 1.590 menunjukkan lebih kecil dari 10, menunjukkan semua data variable independent dan dependen pada penelitian ini bisa dianalisis regresi karena bebas dari masalah autokorelasi.

Tabel 10. Hasil uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.594 ^a	.353	.333	1.648	1.590

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS

Nilai Asymp.Siq(2-tailed) pada Uji Normalitas yang menggunakan kaedah Kolmogorof-Smimov (KS) menunjukkan nilai variable independent dan variable dependent sebesar 0.505 menunjukkan lebih besr dari 0.05, menunjukkan data berdistribusi normal dan bisa dianalisis regresi.

**Tabel 11. Hasil uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.62322119
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.050
	Negative	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z		.824
Asymp. Sig. (2-tailed)		.505

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Output SPSS

Analisa Regresi Linear Berganda. Pada tabel 18 terlihat hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini adalah:

**Tabel 12. Analisis Regresi Linear Berganda
 Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error				Tolerance	VIF	
	(Constant)	2.074	2.061		1.006	.317		
1	Kualitas Pelayanan	.170	.051	.357	3.324	.001	.585	1.708
	Fasilitas	.189	.084	.229	2.262	.026	.657	1.522
	Lokasi	.095	.076	.121	1.256	.212	.729	1.373

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS

Pada Tabel 12 dirumuskan persamaan regresi yaitu:

$$Y = 2.074 + 0.170X_1 + 0.189X_2 + 0.095X_3 + \epsilon$$

Variabel X1 (Kualitas pelayanan) nilai koefisiennya bernilai 0.170, signifikansinya 0.001 hal ini berarti variable Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Kepuasan konsumen, yang berarti semakin baik kualitas pelayanan maka semakin baik juga kepuasan konsumenn. Variabel X2 (Fasilitas) nilai koefisiennya bernilai 0.189, signifikansinya 0.026 hal ini berarti variable Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel kepuasan konsumenn, yang berarti semakin baik Fasilitas maka semakin baik juga kepuasan konsumenn. Variabel X3 (Lokasi) nilai koefisiennya bernilai 0.095, signifikansinya 0.212 hal ini berarti variable Lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Kepuasan konsumen. Secara Simultan atau bersama-sama maka variable (X1) Kualitas pelayanan, Variabel (X2) Fasilitas dan variable Lokasi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap variable (Y) kepuasan konsumen pada pemancingan Oji di Kota Depok yaitu $0.000 < 0.05$.

Berdasarkan hasil dari 3 variabel yang mempunyai nilai tertinggi adalah variable (X2) Fasilitas yang mana berarti bahwa Fasilitas sangat penting dalam memenuhi kepuasan konsumen pada pemancingan Oji di kota Depok. Nilai Konstanta yaitu sebesar 2.074 yang

berarti jika tanpa adanya variable kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi maka nilai konstan dari kepuasan konsumen pada pemancingan Oji di kota Depok sebesar 2.074.

HASIL PEMBAHASAN

Hasil Uji t pada penelitian ini diketahui Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen, dan Variabel Fasilitas adalah variabel yang mempunyai konstribusi terbesar. Penjelasan antar variabel adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Variabel Kepuasan Konsumen

Perhitungan Uji t menunjukkan hasil nilai koefisien kualitas pelayanan = 0.170 dengan nilai t hitung 3.324 dan 0.001 tingkat signifikansinya, sehingga disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen, maka dapat disampaikan bahwa H1 diterima.

Menurut Kotler dan Keller (2015) kualitas layanan diawali dari kebutuhan pelanggan dan diakhiri pada persepsi dari pelanggan, dimana persepsi dari pelanggan terhadap kualitas pelayanan adalah penilaian keseluruhan atas ketepatan pelayanan. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2016) mengatakan kualitas layanan yaitu kondisi yang dinamis, berkaitan dengan produk, sumber daya manusia, jasa, proses dan lingkungan melebihi atau memenuhi harapan.

Kualitas pelayanan berdampak langsung kepada citra sebuah usaha maka kualitas pelayanan itu sangat penting. Usaha yang menguntungkan dikarenakan kualitas pelayanan yang baik. Konsumen akan memberikan umpan yang baik, serta dapat menjadi repeat buyer atau pelanggan tetap apabila sebuah bisnis sudah mendapat nilai yang baik dari konsumen. Hal ini akan dapat berpengaruh sangat tinggi kepada keberlangsungan usaha terutama pada usaha pemancingan Oji di kota Depok. Hal ini mendukung hasil dari penelitian (Lidia, Soliha & Euis, 2018), (Hamdanur et al., 2021), (Arif Fakhrudin, 2021) serta (Niel Dhesta Cavallera and Euis & Soliha, 2019), yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

b. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Perhitungan Uji t menunjukkan hasil nilai koefisien fasilitas adalah 0.189 dengan nilai t hitung 2.262 dan 0.026 tingkat signifikansinya, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen, maka dapat disampaikan bahwa H1 diterima.

Fasilitas menurut Tjiptono (2014) yaitu sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen, fasilitas adalah elemen penting dari usaha jasa, untuk itu kebersihan, kondisi interior, harus dipertimbangkan oleh perusahaan untuk tercapainya kepuasan konsumen.

Fasilitas sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan dan sebagai ukuran dari semua pelayanan yang diberikan, karena dengan penggunaan fasilitas yang ada dan baik dapat memudahkan konsumen atau pelanggan dalam melakukan kegiatannya. Penelitian yang dilakukan oleh (Zulkarnaini et al., 2022), (Diandaris Nurhandika Rahman, 2013) dan (Hermanto, N., 2016) sejalan dengan penelitian ini yang menyatakan variabel fasilitas berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen.

c. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Perhitungan Uji t menunjukkan hasil nilai koefisien lokasi adalah 0.095 dengan nilai t

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen...

Dedy Wahyudi, Sri Prapti Fajar Nursanti, Meri Safarwati Putri, Farida Farida

hitung 1.256 dan 0.212 tingkat signifikansinya, sehingga disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen, maka dapat disampaikan H1 diterima.

Lokasi merujuk kepada berbagai kegiatan pemasaran yang berusaha mempermudah penyampaian dan memperlancar atau penyaluran jasa dan barang dari produsen kepada konsumen, (Fandy Tjiptono, 2016). Sedangkan berdasarkan (Kasmir, 2014) lokasi adalah tempat untuk menempatkan atau melatakan barang-barang dagangannya, lokasi adalah tempat melayani konsumen.

Peran lokasi penting sekali bagi perusahaan untuk dapat menarik dan mendatangkan para konsumen serta bagian yang mendasar bagi konsumen dalam hal memutuskan pembelian. Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian (Desrianto, 2020), (Lidia, Soliha & Euis, 2018), (Sumiyati, Soliha, 2020) serta (Diandaris Nurhandika Rahman, 2013) mengatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pada Nilai koefisien determinasi dapat dijelaskan atau dilihat di R square, seberapa jauh data variable dependen dapat dijelaskan oleh data variable independent. Dengan program statistic perhitungan estimasi nilai koefisien determinasi hasil outputnya dilihat pada tabel 13:

Tabel 13. Nilai Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.594 ^a	.353	.333	1.648	1.590

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS

Pada tabel 13 besarnya nilai pengaruh yang ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.353 atau 35.3% yaitu besarnya persentase pengaruh variable Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada pemancingan Oji di kota Depok, Sisanya 64.7% (100%-35%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari variabel di penelitian ini.

KESIMPULAN

Pada penelitian ini diperoleh bukti empiris pengaruh variable Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Pemancingan Oji di Kota Depok. Disimpulkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pemancingan Oji di kota Depok. Variabel fasilitas secara parsial lebih dominan pengaruhnya dari variabel kualitas pelayanan dan Lokasi. Secara simultan variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada pemancingan Oji di Kota Depok.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif Fakhruudin. (2021). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Bandar Udara Notohadi Negoro Jember. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. <https://doi.org/10.33059/jmk.v10i1.2611>
- Desrianto, S. A. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Town Bakery Di Kota Batam. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol. 8 No. 1 (2020), 2020–2033. <https://doi.org/10.35794/emba.8.1.2020.28054>
- Diandaris Nurhandika Rahman. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pemancingan Ngrembel Asri Gunungpati Semarang. Universitas Negeri Semarang.
- Dimas Dwi Kurniawan, & Euis Soliha. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME : Journal of Management*, 5, 348–358. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.553>
- Fandy Tjiptono. (2016). *Service, quality dan satisfaction 4 (Edisi Ke-4)*. Penerbit ANDI,.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi (7th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS (Sembilan)*. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdanur, P., Yusuf, A. M., & Kasman, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Akulaku Indonesia di Jakarta. *Management & Accounting Expose*, Vol. 4, No. 2, 91–102.
- Hardiyansyah, H. (2018). Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, dimensi, Indikator dan Implementasinya. *Gava Media*. <https://www.gavamedia.net/produk-245-kualitas-pelayanan-publik-konsep-dimensi-indikator-dan-implementasinya.html>
- Hermanto, N., Z., D. C. (2016). The social mentality theory of self-compassion and self-reassurance: The interactive effect of care-seeking and caregiving. *The Journal of Social Psychology*, Volume 156(5), 523–535.
- Irawan. (2012). *Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA*. PT Alex Media Komputindo.
- Kasmir. (2014). *Manajemen Perbankan Edisi Revisi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler dan Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 (13th ed.)*. Erlangga.
- Lidia, Soliha, K. S., & Euis. (2018). Kualitas Layanan, Persepsi Tingkat Suku Bunga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Stikubank.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat*.
- Niel Dhesta Cavallera and Euis & Soliha. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Bank dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpeda Bank Jateng Cabang Utama Semarang. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang. <http://eprints.unisbank.ac.id/id/eprint/5407>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Administrasi. Edisi Revisi, (Edisi Revisi, Cetakan ke 14)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumiyati, Soliha, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Warunk Upnormal Semarang). *Proceeding SENDIU*

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen...

Dedy Wahyudi, Sri Prapti Fajar Nursanti, Meri Safarwati Putri, Farida Farida

2020. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang.

Tjiptono, F. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa. Andy Offset.

Zulkarnaini, Y. S., Agustian Burda, Arya Darmawan, & Adila Nur Klarisah. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Sekolah Olahraga Binasehat Bekasi). Jurnal STEI Ekonomi (JEMI), Volume 31 Number 02, 31–41.