



## PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

**Aldila Rahma Putri**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Pamulang  
Email: dosen02570@unpam.ac.id

### **ABSTRACT**

**Purpose.** *This research aims to determine the effect of price and location on consumer satisfaction with Yes Print photocopy services in Pondok Kacang, South Tangerang.*

**Methods.** *This type of research is a quantitative type of research using associative methods, the data collection technique uses a questionnaire or questionnaire method, the population in this research is all consumers of Yes Print photocopy services, namely 3,408 consumers, the sampling technique uses the Slovin formula, from the calculation results obtained 97 consumers who are sampled. The data analysis technique uses multiple linear regression.*

**Results.** *This research proves that Price ( $X_1$ ) influences Consumer Satisfaction ( $Y$ ) at the Yes Print photocopy service in Pondok Kacang South Tangerang, then Location ( $X_2$ ) influences Consumer Satisfaction ( $Y$ ) at the Yes Print photocopy service in Pondok Kacang South Tangerang, and thirdly, Price ( $X_1$ ) and Location ( $X_2$ ) influence Consumer Satisfaction ( $Y$ ) with the Yes Print photocopy service in Pondok Kacang, South Tangerang.*

**Implications.** *Companies can be even better at providing services that are of higher quality and in line with what consumers expect, this can be done by carrying out routine controls on employees and the tools used in business operations, so that the services offered are in line with expectations and desires consumer.*

**Keywords.** *Price; Location; Consumer Satisfaction*

### **ABSTRAK**

**Tujuan.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada jasa photocopy Yes Print di Pondok Kacang Tangerang Selatan.

**Metode.** Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode asosiatif, teknik pengumpulan data menggunakan metode kusioner atau angket, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen jasa photocopy Yes Print yaitu sebanyak 3.408 orang konsumen, teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin, dari hasil perhitungan diperoleh 97 orang konsumen yang dijadikan sampel. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

**Hasil.** Penelitian ini membuktikan bahwa Harga ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada jasa photocopy Yes Print di Pondok Kacang Tangerang Selatan, kemudian Lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada jasa photocopy Yes Print di Pondok Kacang Tangerang Selatan, serta yang ketiga Harga ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada jasa photocopy Yes Print di Pondok Kacang Tangerang Selatan.

**Implikasi.** Perusahaan dapat lebih baik lagi dalam penyediaan jasa yang lebih berkualitas dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, hal tersebut dapat dilakukan dengan cara melakukan kontrol rutin terhadap karyawan dan alat-alat yang digunakan dalam

kegiatan operasional usaha, sehingga jasa yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi dan keinginan konsumen.

**Kata Kunci.** Harga; Lokasi; Kepuasan Konsumen

## 1. Pendahuluan

Perkembangan bisnis di era ini telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan, setiap pelaku usaha dituntut kategori bisnis di tuntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan setiap orientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Pertumbuhan bisnis juga memberikan banyak peluang bagi masyarakat di Indonesia khususnya bagi mereka yang di era ini terdampak oleh krisis keuangan akibat pandemi covid-19, masyarakat memiliki opsi untuk membuka usaha pada bidang tertentu, salah satu bisnis yang banyak dijalankan di Indonesia adalah usaha mikro kecil dan menengah atau disingkat UMKM.

Penelitian ini dilakukan pada jasa *photocopy* Yes Print, Yes Print merupakan suatu badan usaha perseorangan yang juga merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Yes Print menyediakan *print* serta menjual alat tulis kantor yang berdiri pada Tahun 2004 silam, yang terletak di Pondok Kacang, Tangerang Selatan, *Print shop* di era sekarang ini bukanlah hanya tempat print semata, melainkan bagaimana penunjang hasil print tersebut, seperti kualitas kertas atau tinta yang di gunakan dalam proses print tersebut yang nantinya berkaitan dengan harga *print* dalam setiap lembarnya.

Perbandingan kualitas dari hasil print dan photocopy dengan harga yang ditetapkan dari toko Yes Print merupakan jaminan puas atau tidaknya konsumen pada jasa photocopy Yes Print, kepuasan konsumen sejatinya dapat diukur melalui kesesuaian harapan seorang konsumen dalam penggunaan jasa, frekuensi konsumen untuk kembali menggunakan jasa yang ditawarkan, dan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan apa yang diperoleh dari penggunaan jasa kepada konsumen lain, dengan begitu suatu usaha dapat mengukur kepuasan konsumennya dan mengevaluasi kekurangan-kekurangan yang ada, seperti strategi penetapan harga, penentuan lokasi dan kualitas dari produk atau jasa yang akan ditawarkan kembali ke konsumen, adapun berdasarkan jumlah konsumen jasa photocopy Yes Print pada periode 2019 sampai dengan 2021 dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1. Data Konsumen Jasa Photocopy Yes Print Periode 2019-2021**

Bulan	Jumlah Konsumen /Tahun		
	2019	2020	2021
Januari	250	230	350
Februari	400	500	217
Maret	341	347	432
April	420	290	560
Mei	215	390	211
Juni	203	412	180
Juli	350	550	387
Agustus	570	175	235
September	475	146	125
Oktober	340	210	321
November	415	155	156
Desember	275	278	234
<b>Total</b>	<b>4.254</b>	<b>3.683</b>	<b>3.408</b>

Sumber : Toko Yes Print

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui jumlah konsumen Photocopy Yes Print mengalami fluktuasi atau kenaikan dan penurunan, pada tahun 2019 jumlah konsumen yang menggunakan jasa photocopy Yes Print mencapai 4.254 orang konsumen, pada tahun 2019 ke tahun 2020 jumlah konsumen mengalami penurunan sebanyak 1,340 orang atau menurun sebesar -31,60%, yang mana pada tahun 2020 jumlah total konsumen keseluruhan mencapai 2.914 orang konsumen, kemudian dari tahun 2020 ke tahun 2021 jumlah konsumen jasa photovopy Yes Print mengalami peningkatan sebanyak 494 orang atau meningkat sebesar 16,95%, dimana jumlah konsumen pada tahun 2021 sebanyak 3.408 orang konsumen, hal tersebut menunjukkan jumlah konsumen pada jasa photocopy Yes Print mengalami penurunan yang cukup besar, artinya kualitas jasa yang ditawarkan oleh photocopy Yes Print masih belum maksimal atau belum sesuai dengan yang diharapkan konsumen, peningkatan jumlah konsumen dapat menjadi indikator keberhasilan suatu usaha dalam menawarkan produk atau jasanya kepada konsumen, kepuasan konsumen menjadi hal yang perlu dipertimbangkan oleh seorang pengusaha, suatu usaha tidak hanya melakukan kegiatan penjualan saja, tetapi juga memperhatikan bagaimana barang atau jasa itu dapat di terima konsumen dan kemudian menganalisis perilaku konsumen setelah menggunakan produknya, menurut penelitian terdahulu oleh Maramis, dkk (2018:13) mengemukakan bahwa “kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen”, perasaan puas konsumen menjadi bekal bagi suatu usaha dalam upaya meningkatkan citra di diri konsumennya, artinya bahwa kepuasan konsumen berjalan lurus dengan kualitas jasa yang ditawarkan suatu usaha, untuk memberikan rasa kepuasan konsumen yang membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan maka hal teraebut perlu di siasati oleh perusahaan atau suatu usaha.

Faktor pertama yang dapat memberikan dampak pada kepuasan konsumen adalah ketetapan harga yang berlaku pada suatu badan usaha, harga itu sendiri menurut Marpaung, dkk (2021:50) “harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh pada keuntungan produsen. Harga juga merupakan salah satu penentu kepuasan seorang konsumen, karena harga menentukan seberapa besar kesesuaian dari ketetapan harga dengan kebutuhan konsumen yang membelinya” berdasarkan pernyataan tersebut dapat di simpulkan bahwa harga dapat mempengaruhi atau jadi faktor penentu puas atau tidaknya seorang konsumen pada suatu badan usaha.

Faktor kedua yang menjadi penentu puas atau tidaknya seorang konsumen dalam pembelian produk atau penggunaan jasa pada suatu badan usaha adalah tempat berdirinya suatu uasaha atau lokasi itu sendiri, Menurut Raharjani dalam Syahidin dan Adnan (2022:23) “lokasi sebagai salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku konsumen, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan lokasi usahanya di suatu kawasan atau daerah yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat”. Selain itu lokasi suatu bisnis mempunyai efek signifikan terhadap biaya operasi perusahaan, harga produk atau jasa dan dapat mempengaruhi daya saing perusahaan dalam berkompetisi pada suatu bidang industrinya, sedangkan menurut Saputra (2018:12) “Lokasi adalah tempat atau daerah dimana pedagang menjual dagangannya. Lokasi yang strategis sangat mempengaruhi keberlangsungan sebuah usaha”. lokasi merupakan tempat berdirinya suatu usaha atau perusahaan yang digunakan sebagai tempat kegiatan penjualan produk atau jasa, sehingga dari kegiatan tersebut perusahaan dapat menghasilkan profit atau keuntungan, lokasi juga dapat menjadi faktor penentu kepuasan seorang konsumen dalam pembelian produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada jasa photocopy Yes Print di Pondok Kacang Tangerang Selatan.

## 2. Kajian Pustaka dan Hipotesis

### Harga

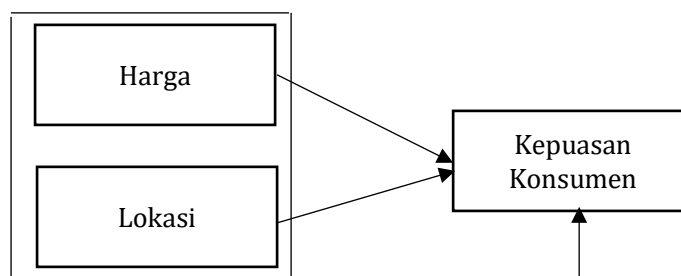
Menurut Habiba dan Sumiati dalam Marpaung, dkk (2021:50) “harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh pada keuntungan produsen. Harga juga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan perusahaan”. Menurut Kotler dan Keller dalam Siregar (2018:90) “harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan dalam pendapatan elemen lain menghasilkan biaya”. Menurut Setiana (2018:248) “harga adalah suatu penilaian untuk suatu hasil dan proses yang dapat diterima oleh pelanggan untuk dapat diukur”.

### Lokasi

Menurut Firdiansyah (2017:3) “Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha”, menurut Krisdayanto, dkk (2018:34) “lokasi adalah tempat di mana perusahaan harus bemarkas melakukan operasi”, menurut Syahidin dan Adnan (2022:23) “Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan”, Menurut Efnita (2017:112) “Lokasi adalah tempat dimana kita menentukan letak usaha kita. Lokasi merupakan suatu benda atau suatu gejala dalam ruang yang dapat memberi kejelasan pada benda atau gejala geografi yang bersangkutan secara lebih jauh” sedangkan menurut Saputra (2018:12) “Lokasi adalah tempat atau daerah dimana pedagang menjual dagangannya. Lokasi yang strategis sangat mempengaruhi keberlangsungan sebuah usaha”.

### Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2020:146), “kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya”. Menurut Kotler (2017:35), “kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya”, menurut Setyo (2017:758) “Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan harga, lokasi dan pelayanan yang diharapkan konsumen”.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

### Hipotesis

#### Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Faktor pertama yang dapat memberikan dampak pada kepuasan konsumen adalah ketetapan harga yang berlaku pada suatu badan usaha, menurut Sentiana (2018:248) “harga adalah suatu penilaian untuk suatu hasil dan proses yang dapat diterima oleh pelanggan untuk

dapat diukur". Artinya harga merupakan faktor penentu ukuran kepuasan konsumen setelah menggunakan produk atau jasa pada suatu badan usaha. Menurut hasil penelitian yang dilakukan Sentiani (2018:248) menyatakan bahwa "harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen", menurut hasil penelitian Handoko (2017:70) "terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Maxim Houseware, kemudian menurut hasil penelitian Maramis, dkk (2018:160) "secara parsial harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen".

### **H<sub>1</sub>: Harga berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen pada jasa *photocopy* Yes Print di Pondok Kacang Tangerang Selatan**

#### **Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen**

Faktor kedua yang menjadi penentu puas atau tidaknya seorang konsumen dalam pembelian produk atau penggunaan jasa pada suatu badan usaha adalah tempat berdirinya suatu usaha atau lokasi itu sendiri, menurut Firdiansyah (2017:3) "Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha" Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh (2019:80) "Terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap kepuasan konsumen" menurut hasil penelitian Saputra (2018:12) "lokasi berpengaruh dan dapat memberikan variasi terhadap kepuasan konsumen", kemudian penelitian yang dilakukan Efnita (2017:110) menyatakan "terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen".

### **H<sub>2</sub>: Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen pada jasa *photocopy* Yes Print di Pondok Kacang Tangerang Selatan**

#### **Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap kepuasan Konsumen**

Dalam pelaksanaan kegiatan bisnisnya, suatu perusahaan atau badan usaha perlu menyusun siasat dalam penetapan harga jual dan penentuan lokasi atau tempat berdirinya suatu badan usaha untuk memberikan rasa kepuasan konsumen yang membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan, sebagaimana yang dikemukakan oleh Setyo (2017:758) "Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan harga, lokasi dan pelayanan yang diharapkan konsumen". Menurut hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Firdiyansyah (2017:9) "Harga dan Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan Secara simultan variabel harga dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan", menurut hasil penelitian yang dilakukan Krisdayanto, dkk (2018:37) "secara parsial Harga dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen", kemudian penelitian yang dilakukan Syahidin dan Adnan (2022:30) "variabel harga dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan".

### **H<sub>3</sub>: Harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen pada jasa *photocopy* Yes Print di Pondok Kacang Tangerang Selatan**

## **3. Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah jenis pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017). Penelitian ini dilakukan pada Toko *Photocopy* Yes Print sebagai objek penelitian, yang berlokasi di Jl. Otto Iskandar Natta No.66/68 RT.001/RW.011, Gerendeng, Kota Tangerang, Banten 15113. Populasi pada penelitian ini ialah seluruh konsumen Jasa *Photocopy*

Yes Print berdasarkan data konsumen pada tahun 2021. Berdasarkan rumus slovin, sampel yang dapat dalam penelitian ini yaitu sebanyak 97,14 orang, lalu dibulatkan menjadi 97 orang responden. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, Kusioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya, dalam penelitian ini pengukuran hasil pernyataan mengacu pada skala *likert*. Teknik analisis data menggunakan Regresi linier berganda.

#### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

##### Regresi Linier Sederhana

**Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana X<sub>1</sub> terhadap Y**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.109	1.215		1.737	.086
Harga	.696	.033	.909	21.299	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 2 menunjukkan hasil persamaan regresi sederhana sebagai berikut:  $Y=2.109 + 0,696$  Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut : Konstanta sebesar 2.109 artinya jika Harga (X<sub>1</sub>) nilainya adalah 0, maka Kepuasan Konsumen (Y) nilainya adalah 2.109. Koefisien regresi variabel Harga (X<sub>1</sub>) sebesar 0,696 yaitu menunjukkan pengaruh yang positif, artinya jika Harga ditingkatkan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,696 satuan.

**Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana X<sub>2</sub> Terhadap Y**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.132	1.160		1.837	.069
Lokasi	.462	.021	.916	22.283	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan hasil persamaan regresi sederhana sebagai berikut:  $Y = 2,132 + 0,462$  Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut : Konstanta sebesar 2,132 artinya jika Lokasi (X<sub>2</sub>) nilainya adalah 0, maka Kepuasan Konsumen (Y) nilainya adalah 2,132. Koefisien regresi variabel Lokasi (X<sub>2</sub>) sebesar 0,462 yaitu menunjukkan pengaruh yang positif, artinya jika Lokasi ditingkatkan sebesar satu satuan akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,462 satuan.

##### Regresi Linier Berganda

**Tabel 4. Hasil Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.489	1.128		1.320	.190
Harga	.305	.097	.398	3.148	.002
Lokasi	.271	.064	.537	4.246	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data output yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh persamaan regresi  $Y = 1,489 + 0,305 + 0,271$ , adapun persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut : Konstanta sebesar 1,489 artinya jika harga ( $X_1$ ) dan lokasi ( $X_2$ ) nilainya adalah 0, maka kepuasan konsumen (Y) nilainya adalah 1,489. Koefisien regresi variabel harga ( $X_1$ ) sebesar 0,305 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan harga mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,305, koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif dan searah antara harga dengan kepuasan konsumen. Koefisien regresi variabel lokasi ( $X_2$ ) sebesar 0,271 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan lokasi mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,271. koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif dan searah antara lokasi dengan kepuasan konsumen.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Ketentuan besarnya nilai koefisien determinasi ( $K_d$ ) adalah nol dan satu, nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas, nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk di prediksi variabel dependen (Sugiyono, 2017:105).

**Tabel 5. Hasil Uji determinasi  $X_1$  Terhadap Y**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.909 <sup>a</sup>	.827	.825	1.841

a. Predictors: (Constant), Harga  
Sumber : Data diolah (2023)

Melihat tabel *Model Summary* di atas dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien determinasi antara Harga ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar *R square* ( $R^2$ ) 0,909, artinya Harga ( $X_1$ ) memiliki kontribusi terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 90,9% dan sisanya sebesar 9,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak di teliti oleh penulis.

**Tabel 6. Hasil Uji determinasi  $X_2$  Terhadap Y**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.916 <sup>a</sup>	.839	.838	1.773

a. Predictors: (Constant), Lokasi  
Sumber : Data diolah (2023)

Melihat tabel *Model Summary* di atas dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien determinasi antara Lokasi ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar *R square* ( $R^2$ ) 0,916 artinya Lokasi ( $X_2$ ) memiliki kontribusi terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 91,6% dan sisanya sebesar 8,4% dipengaruhi faktor lain yang tidak di teliti oleh penulis.

**Tabel 7. Hasil Uji determinasi Simultan**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.925 <sup>a</sup>	.855	.852	1.695

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga  
Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 7 dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien determinasi antara Harga ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar *R square* ( $R^2$ ) 0,925 artinya Harga ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) memiliki kontribusi terhadap kepuasan Konsumen (Y) sebesar 92,5 % dan sisanya sebesar 7,5 % dipengaruhi faktor lain yang tidak di teliti oleh penulis.

**Uji Hipotesis**  
**Uji T Parsial**

**Tabel 8. Hasil Pengujian T Parsial**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.489	1.128		1.320	.190
Harga	.305	.097	.398	3.148	.002
Lokasi	.271	.064	.537	4.246	.000

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

Berdasarkan hasil uji parsial diatas, pada variabel Harga diperoleh nilai  $t_{hitung} 3.148 > t_{tabel} 1,985$  atau nilai Sig  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{o1}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Harga ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y). Sedangkan pada variabel lokasi diperoleh nilai  $t_{hitung} 22,283 > t_{tabel} 1,985$  atau nilai Sig  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{o2}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel lokasi ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y).

**Uji F Simultan**

**Tabel 9. Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1589.292	2	794.646	276.500	.000 <sup>b</sup>
	Residual	270.151	94	2.874		
	Total	1859.443	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga  
Sumber : Data diolah (2023)

Dari tabel *Anova*<sup>a</sup> diatas dapat dijelaskan bahwa, berdasarkan kriteria dalam uji hipotesis secara bersama-sama dapat disimpulkan nilai  $F_{hitung} 276,500 > F_{tabel} 3,94$  atau nilai Sig  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{o3}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama antara Harga ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

**Pembahasan Hasil Penelitian**

**Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Harga ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) Hasil penelian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Sentiani (2018:248) menyatakan bahwa “harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen”, menurut hasil penelitian Handoko (2017:70) “terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Maxim Houseware, kemudian menurut hasil penelitian Maramis, dkk (2018:160) “secara parsial harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen”.

**Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen**

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel lokasi ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (2019:80) "Terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap kepuasan konmarumen"



menurut hasil penelitian Saputra (2018:12) “lokasi berpengaruh dan dapat memberikan variasi terhadap kepuasan konsumen”, kemudian penelitian yang dilakukan Efnita (2017:110) menyatakan “terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen”.

### **Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen**

Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama antara Harga ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Firdiyansyah (2017:9) “Harga dan Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan Secara simultan variabel harga dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan”, menurut hasil penelitian yang dilakukan Krisdayanto, dkk (2018:37) “secara parsial Harga dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen”, kemudian penelitian yang dilakukan Syahidin dan Adnan (2022:30) “variabel harga dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan”.

### **5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang**

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah kusioner, sehingga sangat mungkin data yang diperoleh bersifat subyektif, akan lebih baik ditambahkan dengan wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap. Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen, masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti faktor kualitas produk, citra merek dan promosi. dengan penggunaan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, akan dapat lebih memahami kepuasan konsumen pada jasa photocopy Yes Print di Pondok Kacang Tangerang Selatan.

### **6. Kesimpulan**

Harga ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada jasa *photocopy* Yes Print di Pondok Kacang Tangerang Selatan, hal ini dilihat dari hasil uji t dengan nilai  $t_{hitung}$  3.148 >  $t_{tabel}$  1,985 atau nilai Sig 0,002 < 0,05 maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa *photocopy* Yes Print di Pondok Kacang Tangerang Selatan. Lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada jasa *photocopy* Yes Print di Pondok Kacang Tangerang Selatan, hal ini dilihat dari hasil uji t dengan nilai  $t_{hitung}$  4.246 >  $t_{tabel}$  1,985 atau nilai Sig 0,000 < 0,05 maka  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa *photocopy* Yes Print di Pondok Kacang Tangerang Selatan. Harga ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada jasa *photocopy* Yes Print di Pondok Kacang Tangerang Selatan, hal ini dilihat dari hasil uji f dengan nilai  $F_{hitung}$  276,500 >  $F_{tabel}$  3,94 atau nilai Sig 0,000 < 0,05 maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel Harga dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa *photocopy* Yes Print di Pondok Kacang Tangerang Selatan.

### **Daftar Pustaka**

Atmanegara, S., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *Jurnal JSMBI*, 79-89.

- Effendy, A. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 1(1), 66-82.
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. *Jurnal AdBispreneur*, 2(2), 107-115.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2), 194-211.
- Fadilah, N., & Hidayati, D. (2017). Manajemen Pemasaran Produk Kakao Kebun Banjarsari Ptp XII Jember. *Neo-Bis*, 11(1), 88-102.
- Farhani, D. (2019). Manajemen Pendidikan Karakter Melalui Kegiatan . *Jurnal Islamic Education Manajemen*, 4 (2), 209-220.
- Firdiyansyah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektronik REKAMAN*, 1(1), 1-9.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Kedelapan*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18(1) , 61-72.
- Hermawan, H, B. E., & Hamzah, F. (2018). *Pengantar Manajemen Hospitality*. Pekalongan: Nasya Expanding Management (NEM).
- Kotler, P., & Amstrong. (2017). *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Krisdayanto, I., Haryono, A., & Gagah, E. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Lina Putra Net Bandung. *Journal of Management*, 4(4), 35-45.
- Maramis, F., Sepang, J., & Soegoto, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA*, 6 (3), 1658-1667.
- Marpaung, F. K., Simarmata, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe . *Jurnal Manajemen* 1(1), 49-64.
- Munir, M. (2018). Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik. *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 79-94.
- Na'im, Z. (2021). *Manajemen Pendidikan Islam*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Nasution, M. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk alat kesehatan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pt. Dyza sejahtera medan. *Warta Dharmawangsa*, 13(1).
- Nugroho, D. (2017). *Pengantar Manajemen untuk Organisasi Bisnis, Publik dan Nirlaba*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pusaka Setia.
- Ritonga, M., Irawan, & El Fikri, M. (2017). Faktor Manajemen Biaya Dan Manajemen Pemasaran Terhadap Pendapatan Melalui Intensitas Produksi Pada Ukmindustri Rumahan Di Kota Binjal. *Jurnal Manajemen Tools*, 68-78.
- Rohman, A. (2017). *Dasar-dasar Manajemen*. Malang: Inteligencia Media.

- Saputra, A. (2018). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional ( Studi Kasus Pasar Tradisional di Kecamatan Medan Johor). *Jurnal Manajemen Bisnis STIE IBB*, 23(1), 10-18.
- Sentiana, S. S. (2018). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. Widya Cipta. *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 247-254.
- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017). Pengaruh strategi pemasaran online terhadap peningkatan laba UMKM. *In Proceedings (Vol. 1, No. 1).*, 343-347.
- Siregar, N. (2018). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *Jumant*, 8(2), 87-96.
- Sjawal, B., Mananeke, L., & Jorie, R. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kafe (Studi Kasus Pada Konsumen Blen. Co Café Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(3), 379-388.
- Sofyan, S. (2017). Pengaruh Periklanan, Sales Promotion, Personal Selling Dan Publicity Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aksesoris Mobil (Studi Kasus Kilat Service Medan). *Jurnal Ilmiah SMART*, 1(1), 48-52.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyanto, & Haryoko, U. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan: Yayasan Pendidikan dan Sosial. (YPSIM).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, Edisi Kedua : Cetakan Ke-3*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandi, S., Hanafiah, H., & Harsono, P. (2020). Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Keripik Talas Beneng Khas Kabupaten Pandeglang. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 10(2), 143-152.
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 7-13.
- Sutanto T.A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Dagang Di Kota Surabaya. *Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER)*, 1-14.
- Syahidin, & Adnan. (2022). Analisis Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesan Takengon. *Journal of Economics Review (GPJER)*, 20-32.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yulianti, f, Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish