JURNAL

ANALISIS PENGARUH *LOKASI, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA DIAN BEAUTY CLINIC KEDIRI*

THE EFFECT OF LOCATION, PRICES, AND QUALITY OF SERVICE TO DECISION PURCHASE SERVICE DIAN

BEAUTY CLINIC KEDIRI

Oleh:

ITA FITRIA CAROLINA

13.1.02.02.0425

Dibimbing oleh :

1. **Dr. Lilia Pasca Riani,M.Sc.**
2. **Basthoumi Muslih, S.E.,M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

SURATPERNYATAAN

ARTIKEL SKRIPSI TAHUN2017

Yang bertanda tangandibawahini:

Nama Lengkap	:ITA FITRIA CAROLINA
NPM	: 13.1.02.02.0425
Telepon/HP	: 087812777739
Alamat Surel (Email)	: itafitriacaroline@yahoo.com
Judul Artikel	:ANALISIS PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA DIAN *BEAUTY CLINIC* KEDIRI
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
NamaPerguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat PerguruanTinggi	: Jalan K.H. Achmad Dahlan 76, Kediri

Denganinimenyatakanbahwa:

a. artikelyangsayatulismerupakankaryasayapribadidanbebas plagiarisme;

b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikiansuratpernyataaninisaya buatdengan sesungguhnya. Apabiladikemudianhari ditemukanketidaksesuaiandatadenganpernyataaninidanatauadatuntutandaripihak lain, sayabersedia bertanggungjawabdan diprosessesuaidenganketentuanyangberlaku.

Mengetahui,		Kediri, 31 Juli 2017
Pembimbing I,	Pembimbing II,	Penulis,
Dr. Lilia Pasca Riani ,M.Sc.	**Basthoumi Muslih, SE.,M.M.**	**Ita Fitria Carolina**
NIDN. 0718048502	**NIDN. 0701018607**	**NPM. 13.1.02.02.0425**

ANALISIS PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA DIAN BEAUTY CLINIC KEDIRI

Ita Fitria Carolina

13.1.02.02.042

Ekonomi – Manajemen

itafitriacaroline@yahoo.com

Dra. Lilia Pasca Riani, M.Sc.

dan Basthoumi Muslih, SE.,M.M.

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perawatan kulit dan wajah merupakan salah satu kebutuhan utama wanita modern yang akan menunjang aktivitasnya. Kebutuhan ini sangat diperhatikan oleh perusahaan jasa pelayanan perawatan kesehatan dan kecantikan kulit, sehingga bermunculan berbagai macam usaha klinik kecantikan kulit dan wajah tertuma di kota-kota besar. Bertumbuhnya usaha ini memberikan peluang untuk bertambahnya klinik kecantikan yang menyebabkan persaingan antara perusahaan dalam merebutkan konsumen.

Tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu: (1) menganalisis lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa Dian *Beauty Clinic* Kediri (2) menganalisis harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa Dian *Beauty Clinic* Kediri (3) menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhdapa keputusan pembelian jasa Dian *Beauty Clinic* Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *accindental random sampling* dengan menyebarkan kuesioner 96 konsumen Dian *Beauty Clinic* Kediri. Alatanalisis yang digunakanUji asumsi klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis.Dengan bantuan program *SPSS For Windows Versi 21*.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) lokasi, harga. Dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa Dian *Beauty Clinic* Kediri. (2) Lokasi, harga, dan kualitas pelayanan secara simultanberpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa Dian *Beauty Clinic* Kediri.

Kata kunci :Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian

I. LATAR BELAKANG

A. Latar Belakang Masalah

Perawatan kulit dan wajah merupakan salah satu kebutuhan utama wanita modern yang akan menunjang aktivitasnya. Kebutuhan ini sangat diperhatikan oleh perusahaan jasa pelayanan perawatan kesehatan dan kecantikan kulit, sehingga bermunculan berbagai macam usaha klinik kecantikan kulit dan wajah terutama di kota-kota besar. Bertumbuhnya usaha ini memberikan peluang untuk bertambahnya klinik kecantikan yang menyebabkan persaingan antara perusahaan dalam merebutkan konsumen. Klinik-klnik kecantikan yang saat ini bermunculan tidak hanya menawarkan jasa perawatan yang dapat dilakukan konsumen saat berada di klinik, akan tetapi juga menawarkan produk-produk kecantikan sebagai kelanjutan perawatan yang dilakukan di klinik agar konsumen mendapatkan hasil sesuai dengan keinginannnya. Kondisi seperti ini menyebabkan klinik-klinik kecantikan dituntut untuk memperhatikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, karena pada dasarnya konsumen akan membeli sesuatu yang dapat memuaskan keinginannya tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi juga manfaat produk itu sendiri.

Pemasaran sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Banyak faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti promosi jasa yang ditawarkan, harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, serta kualitas pelayanan yang baik. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen memberi pengaruh yang sangat penting dalam kelangsungan perusahaan, karena dengan keputusan pembelian menentukan konsumen itu akan

membeli jasa atau produk perusahaan kita atau tidak.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **"Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Dian *Beauty Clinic* Kediri".**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu, untuk menganalisis lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian jasa Dian *Beauty Clinic* Kediri, untuk menganalisis harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian jasa Dian *Beauty Clinic* Kediri, menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian jasa Dian *Beauty Clinic* Kediri, untuk menganalisis lokasi, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian jasa Dian *Beauty Clinic* Kediri.

Manfaat dari penelitian ini yaitu, dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi Dian Beauty Clinic Kediri dalam menentukan kebijaksanaan yang berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen. Serta hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi kepada Dian Beauty Clinic tentang pengaruh lokasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa Dian Beauty Clinic Kediri.

II. METODE

Variabel-variabel penelitian yang dianalisis dalam penelitian ini adalah lokasi(X1), harga(X2), kualitas pelayanan(X3), keputusan pembelian (Y).

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Yaitu kasus pada pada obyek yang diteliti digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Sedangkan teknik penelitian ini menggunakan teknik kausal, yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat.

Tujuan dari analisis kausal adalah untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi dan mana variabel yang dipengaruhi.

Tempat penelitian dilakukan di Dian Beauty Clinic Kediri terletak di Jalan Raden Patah Nomer 6 Kota Kediri dan dilaksanakan dari bulan April sampai dengan bulan Juni 2017.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen Dian Beauty Clinic Kediri yang jumlahnya tidak diketahui. Dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus menurut Sugiyono sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4\,(moe)^2}$$

dari hasil perhitungan diatas, diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 96 responden.

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2007:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan kuesioner.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Uji Validitas

MenurutSugiyono (2011:455) uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kelebihan suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Suatu instrumen valid apabila mempunyai validitas tinggi, sebaliknya akan dikatakan kurang valid apabila validitas rendah. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung lebih besar dari r tabel.Pengujian ini dilakukan dengan bantuan SPSS versi 21.0.

Variabel	**R hitung**	**R tabel**
Lokasi	0,682	0,205
	0,828	0,205
	0,793	0,205
	0,701	0,205
	0,830	0,205
	0,762	0,205
	0,467	0,205
	0,513	0,205
Harga	0,773	0,205
	0,732	0,205

	0,813	0,205
	0,484	0,205
	0,751	0,205
	0,835	0,205
	0,803	0,205
	0,888	0,205
Kualitas Pelayanan	0,789	0,205
	0,635	0,205
	0,753	0,205
	0,808	0,205
	0,701	0,205
	0,748	0,205
	0,757	0,205
	0,841	0,205
	0,767	0,205
	0,692	0,205
Keputusan Pembelian	0,641	0,205
	0,697	0,205
	0,665	0,205
	0,819	0,205
	0,938	0,205
	0,833	0,205

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai r_{hitung} dari semua item lebih besar dari r_{tabel}. Hal ini berarti semua item yang ada dalam variabel tersebut sudah valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2011:458) reliabilitas adalah bila suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabel berarti dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

No.	Variabel	Cronbach Alpha
1.	Lokasi (X_1)	0,841
2.	Harga (X_2)	0,885
3.	Kualitas Pelayanan (X_3)	0,911
4.	Keputusan Pembelian (Y)	0,851

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas, nilai Cronbach Alpha untuk variabel lokasi adalah 0,841, variabel harga adalah 0,885, variabel kualitas pelayanan adalah 0,911, dan variabelkeputusan pembelian adalah 0,851 lebih besar dari 0,60. Hal ini berarti bahwa pertanyaan untuk seluruh item pertanyaan adalah reliabel untuk lokasi, harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013:160), " Uji Normalitas bertujuan untuk mengukur apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal".

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2013:105), "Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent)".

Uji Autokorelasi

Tujuan Uji Autokorelasi menurut Ghozali (2013:110), Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda (*multiple regression analysis*). Persamaan umum regresi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2013:97), menyatakan bahwa "koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variasi variabel dependen".

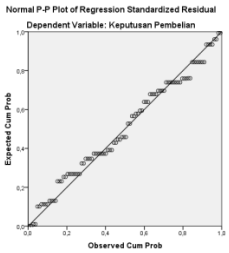
Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis terdiri dari dua uji, yaitu Uji t (parsial) dan uji F (simultan). Ghozali (2011:98); "Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen".Uji F (simultan), menurut Ghozali (2013:98), menyatakan bahwa "Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukan dalam

model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Uji Normalitas



Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS versi 21.0 maka dapat diketahui bahwa titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Lokasi	,531	1,885
Harga	,413	2,421
Kualitas Pelayanan	,531	1,882

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel bebas (independent) yaitu lokasi, harga, dan kualitas pelayanan mempunyai nilai VIF lebih kecil dari batas maksimal 10 dan nilai tolerance diatas 0,10 sehingga variabel independen tersebut menunjukan tidak adanya gejala multikolinearitas (tidak ada hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel independen lainnya).

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil pengujian heterokedastisitas menunjukan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini ditunjukan dengan grafik scatterplot yang menunjukan titik menyebar secara acak tidak membentuk pola serta berada diatas nol dan dibawah nol, sehingga asumsi heterokedastisitas telah terpenuhi (tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini).

Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil yang di dapat nilai *Durbin-Watson*(dw) yang dihasilkan 2,112. Nilai du(3,96) = 1,73 sehingga 4-du = 4-1,73 = 2,27. Jadi dapat disimpulkan nilai durbin watson (dw) terletak antara du s/d 4-u sehingga asumsi autokorelasi telah terpenuhi.

Hasil Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linear berganda yang diperoleh dari hasil analisis yaitu :

Y = 3,782 + 0,207 X1 + 0,238 X2 + 0,172X3 + e

Uji t (parsial)

Berdasarkan uji t (individual test) yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut: (1)Variabel lokasi (X1) dari perhitungan diatas diketahui bahwa nilai t_{hitung} 4,613 > t_{tabel} (α/2;92) = 1,986 atau nilai signifikansi lokasi sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Atau dapat dikatakan bahwa variabel lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). (2)Variabel harga (X2) dari perhitungan diatas diketahui bahwa nilai t_{hitung} 5,681 > t_{tabel} (α/2;92) = 1,986 atau nilai signifikansi harga sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Atau dapat dikatakan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). (3) Variabel kualitas pelayanan (X3) dari perhitungan diatas diketahui bahwa nilai t_{hitung} 5,702 > t_{tabel} (α/2;92) = 1,986 atau nilai signifikansi harga sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Atau dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji F (simultan)

Berdasarkan uji F yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa nilai F_{hitung} = 133,972 > F_{tabel} (3,92) = 2,7 atau nilai signifikansi pengujian sebesar 0,000. Nilai tersebut jauh lebih kecil dari nilai 0,05 berarti $H_O$ditolak dan H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa lokasi, harga, daan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Hasil Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai *adjusted RSquare* sebesar 0,814, Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh kualitas produk,pelayanan, dan atmosfer terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 81,4% berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi sebesar 18,6% akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Agus Sriyanto dan Aris Wahyu. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan, Ekuitas Merek, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produksi Lion Star di Modern Market Jakarta*. Skripsi. Dipublikasikan. Jakarta: Universitas Budi Luhur.

Arifin, Zainul. 2009. *Dasar – Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Alfabeta.

Christina Widhya Utami. 2010. *Manajemen Ritel*, edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat.

Fajar Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogjakarta : Graha Ilmu.

Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Husein Umar. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat.

Indah Siti dan Monika Tiarawati. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ponds Flawless White.* Skripsi. Dipublikasikan. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya.

Kadek Ria, M.A , Ketut Dunia, dan Luh Indrayani. 2014. *Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja pada Mini Market Sastra Mastabanan*. Skripsi. Dipublikasikan. Singaraja : pendidikan Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.

Karsono. 2017. *Peran Variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan, dan Biaya Perpindahan yang Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen.* Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol 1 nomer satu.

Kotler, P. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Edisi Kesebelas. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. dan Keller ,K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.

Lovelock, Christoper H Lauren. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*.Jakarta: PT Indeks Gramedia.

Lupiyoadi, Hamdani. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.

Marno Nugroho dan Ratih Pramita. 2009. *Analisis Pengaruh Lokasi, Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja Dan loyalitas Konsumen di Carefour Semarang.* EKOBIS Volume 2 nomer 1. Universitas islam Sultan Agung Semarang.

Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. IndexGramedia.

Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogjakarta: Andi.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi* Bandung: Alfabeta.

Suharno. 2010. *Marketing in Pratice*. Edisi pertama. Yogjakarta : graha Ilmu.

Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogjakarta: CAPS.

Susetyo, Budi. 2011. *Menyusun Tes Hasil Belajar*. Bandung: Refika Aditama.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogjakarta: CV. Andi.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogjakarta: CV. Andi.

Ummu Habibah dan Sumiati. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura.* Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Dipublikasikan. Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya.