

**Seminar Nasional dan Call For Paper
Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DI CENTRA GRAPHIA YOGYAKARTA**

Nurhayati¹ dan Uswatun Chasanah²

¹MM Widya Wiwaha Yogyakarta
nurhayatidec90@gmail.com

²STIE Widya Wiwaha Yogyakarta
Uswatun.Chasanah31@stieww.ac.id

Abstract

The purpose of this research is to examine the customer loyalty. This research used independent variables that affect customer loyalty is an integrated manner namely service quality and location. Customer satisfaction were used as an intervening variable. The method of data collection was done by using a survey through questionnaire. The number of samples 180 respondents used simple random sampling technique.

The results of the normality test were all normally distributed data with Kolmogorov-Smirnov test. The validity test used Pearson Correlation were all valid and reliability test showed Cronbach's Alpha were all reliable. The analyze tool used to analyze is Multiple Regression with path analysis. Hypothesis testing uses partial (t test), simultaneous (F test), and determination (R²) testing. The results all hypotheses were proven. The quality of service and location affect customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable.

Keywords: Service Quality, Location, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Yogyakarta kota yang mengalami pertumbuhan pesat telah mampu menjadi magnet bagi daerah-daerah di sekitarnya, baik sebagai pusat pendidikan, perdagangan dan bisnis, maupun pariwisata, sehingga kebutuhan informasi dan promosi sangat diperlukan bagi suatu instansi dan perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat. Percetakan merupakan salah satu usaha yang mempunyai peluang cukup menjanjikan karena produk-produknya banyak dibutuhkan pasar diantaranya pembuatan buku, nota/faktur, kuitansi, dus kemasan, tas jinjing, kartu nama, undangan, kalender, *hang tag* atau label, kop surat, amplop, leaflet, majalah, tabloid, spanduk, dan lain-lain.

Usaha percetakan di kota Yogyakarta semakin hari semakin bertambah jumlahnya. Hal ini berakibat pada meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing di bisnis percetakan sehingga perusahaan dituntut untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dibanding yang dilakukan oleh pesaing. Perusahaan yang ingin bertahan dan selalu berkembang harus dapat mempertahankan pasarnya melalui program pengembangan loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai standar penilaian dalam memberikan produk atau jasa yang bermutu kepada konsumen, harga yang bersaing, pelayanan yang baik, fasilitas yang lengkap, lokasi yang strategis serta kenyamanan tempat untuk menarik konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Firdiyansyah (2017:8) membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

sehingga kualitas pelayanan dan lokasi penting dikelola dengan baik untuk mendapatkan kepuasan konsumen. Perusahaan harus bisa menyesuaikan atau melebihi harapan mutu yang diinginkan konsumen sehingga konsumen merasa terpuaskan. Menurut Band dalam Nasution (2015:41) apabila telah tercapai kepuasan pelanggan, maka akan timbul pembelian ulang dan kesetiaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan karena jika suatu perusahaan sudah mendapatkan nilai positif di mata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan *feedback* yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap.

Pemilihan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau juga menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam memilih tempat percetakan, sehingga setiap perusahaan percetakan harus mempunyai strategi pemilihan lokasi yang sesuai dengan pasar sasarnya. Menurut Novita dan Hening (2015:6) fleksibilitas sebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, karena itu penyedia jasa harus mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan dan peraturan di masa mendatang.

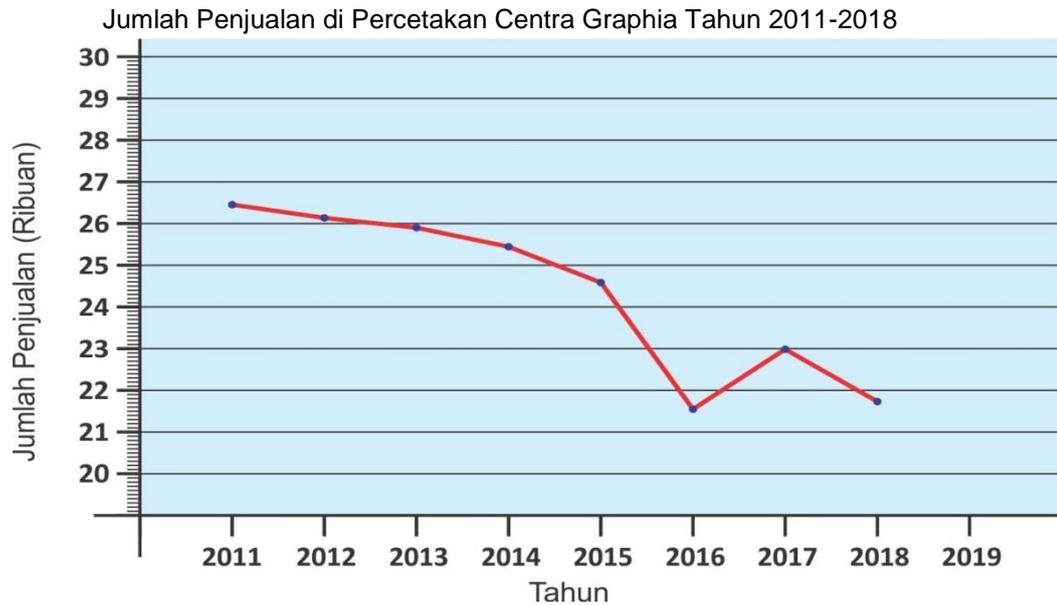
Percetakan Centra Graphia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang percetakan yang menghasilkan barang dan jasa. Produk yang dihasilkan antara lain produk pracetak dengan pembuatan plat yang terdiri dari dua macam yaitu media plate seng (*seng plate*) dan media plat kertas (*paper plate*). Kegunaan dari plate tersebut sebagai master untuk mencetak dalam jumlah banyak sehingga biaya produksi lebih murah. Produk lain yang dihasilkan Percetakan Centra Graphia berupa print kertas ukuran A3+ serta berbagai macam produk cetak yang dibutuhkan pasar seperti buku, nota/faktur, kuitansi, dus kemasan, tas jinjing, kartu nama, undangan, kalender, hangtag atau label, kop surat, amplop, leaflet, majalah, tabloid, spanduk dan lain-lain. Sementara jasa yang dihasilkan percetakan Centra Graphia yaitu jasa desain grafis, jasa cetak *offset* dan jasa laminasi.

Percetakan Centra Graphia beralamatkan di Jalan Surokarsan no 14 Kelurahan Wirogunan, Kecamatan Mergangsan, Yogyakarta. Percetakan Centra Graphia berdiri sejak tahun 2010 dan masih eksis sampai sekarang meskipun banyak usaha sejenis mulai bermunculan. Semakin banyaknya usaha percetakan tentunya akan menimbulkan persaingan ketat sehingga Percetakan Centra Graphia senantiasa berupaya memberikan pelayanan yang terbaik dan berusaha membangun kepuasan para pelanggannya sehingga diharapkan akan menjadi pelanggan tetap. Namun demikian, permasalahan yang saat ini dihadapi percetakan Centra Graphia adalah banyaknya konsumen lama yang tidak lagi melakukan pembelian ulang.

Berikut data jumlah penjualan percetakan Centra Graphia dari tahun 2011 sampai tahun 2018:

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

Gambar 1.



Sumber: Data Diolah (2019)

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa jumlah konsumen yang melakukan pembelian di Percetakan Centra Graphia dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Penurunan penjualan tersebut disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya semakin banyaknya pesaing yang ada di sekitar percetakan Centra Graphia dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen masih dirasa kurang, misalnya waktu pengerjaan cetakan yang tidak tepat waktu sesuai dengan yang telah dijanjikan, hasil cetakan yang tidak akurat terutama hasil *plate seng* serta karyawan yang kurang memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

Lokasi juga telah memberikan kontribusi terhadap penurunan penjualan di Percetakan Centra Graphia. Centra Graphia berlokasi di Jl. Surokarsan no 14, Mergangsan, Yogyakarta. Akses jalan masuk menuju Jl. Surokarsan cukup padat sehingga beberapa konsumen cenderung lebih memilih percetakan yang ada di sekitar Jl. Tamansiswa yang lokasinya lebih mudah dijangkau. Melihat dari beberapa permasalahan yang tengah dihadapi percetakan Centra Graphia, seharusnya perusahaan mulai menyadari betapa pentingnya loyalitas pelanggan untuk keberlangsungan perusahaan.

Di sisi lain, fenomena yang saat ini tengah dihadapi para pebisnis percetakan adalah dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin pesat, terutama teknologi digital, tidak dapat dipungkiri, kemajuan teknologi digital tersebut berdampak pada berkurangnya pesanan order cetak, misalnya undangan yang dahulu dicetak untuk dibagikan ke masing-masing alamat, namun sekarang ada undangan digital yang dapat dengan mudah dan cepat dibagikan. Contoh lainnya adalah adanya buku digital yang setiap orang dapat mengunduhnya dimanapun dan kapanpun di internet tanpa harus mencetak.

Di tengah-tengah kemajuan teknologi tersebut serta semakin banyaknya pesaing di bidang percetakan membuat pelanggan memiliki lebih banyak pilihan dalam menentukan tempat percetakan. Pilihan tempat dan lokasi percetakan yang strategis dengan kualitas produk yang bersaing akan membuat pelanggan mudah beralih dari penyedia jasa percetakan satu ke yang lainnya. Untuk itu percetakan Centra Graphia perlu melakukan upaya-upaya agar dapat menjaga serta meningkatkan loyalitas para pelanggannya, yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi serta menetapkan lokasi yang strategis yang mudah

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

dijangkau konsumen sehingga dapat menciptakan kepuasan di benak pelanggan yang nantinya akan berdampak terhadap loyalitas dibenak mereka.

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas menurut Garvin dan Davis (1994) dalam Nasution (2015:2) menyatakan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses, tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler, 2002:83). Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum, dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang berkualitas akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Berdasarkan definisi tersebut dapat diambil dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Lokasi

Lokasi menurut Lupiyoadi (2009:42) berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Pemilihan lokasi perusahaan bertujuan untuk membantu proses produksi agar berjalan dengan lancar. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Tjiptono (1998:30) mengemukakan cara penentuan letak atau lokasi perusahaan memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor yaitu akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir yang luas dan aman, ekspansi, lingkungan, pesaing, dan peraturan pemerintah

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menurut Band (1971:79) dalam Nasution (2015:41) adalah *“Satisfaction is the state in which customer needs, wants and expectations, through the transaction cycle, are not or exceeded, resulting in repurchase and continuing loyalty. In other words, if customer satisfaction could be expressed as a ratio, it would look like this: customer satisfaction = perceived quality: needs, wants and expectations”*.

Definisi kepuasan pelanggan di atas, merumuskan kepuasan pelanggan sebagai perbandingan antara kualitas dari barang atau jasa yang dirasakan dengan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan. Lebih lanjut, Band (1971:79) dalam Nasution (2015:41) mengemukakan apabila telah tercapai kepuasan pelanggan, maka akan timbul pembelian ulang dan kesetiaan.

Memuaskan kebutuhan konsumen merupakan keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan jasa pada saat

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari sehingga akan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Beberapa penelitian terdahulu tentang kepuasan pelanggan telah dilakukan oleh Aniek Indrawati (2011) pada Lembaga Pendidikan Mental Aritmetika di Kota Malang mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan dari dimensi kualitas pelayanan. Penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian lain yaitu Mohamad Rizan dan Fajar Andika (2011) dengan melakukan survei pada pelanggan Suzuki di Dealer Fatmawati Jakarta Selatan serta penelitian yang dilakukan oleh Agung Utama (2003) pada pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten yang juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian lain dilakukan oleh Oldy Ardhana (2010) pada pelanggan bengkel Caesar di Semarang juga membuktikan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Rudika Harminingtayas (2012) dengan hasil penelitian yang sependapat bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen penghuni Perumahan permata Puri di Ngalian Semarang.

Konsistensi dengan temuan-temuan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis teoritik sebagai berikut:

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Percetakan Centra Graphia Yogyakarta.

H2 : Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Percetakan Centra Graphia Yogyakarta.

Loyalitas Konsumen

Loyalitas merupakan kondisi psikologis yang berkaitan dengan sikap terhadap produk, konsumen akan membentuk keyakinan, menetapkan suka dan tidak suka, dan memutuskan apakah mereka ingin membeli produk. Loyalitas konsumen merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek dimasa yang akan datang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap merk, berapa kemungkinan keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk (Hasan, 2014:121).

Penelitian terdahulu tentang loyalitas konsumen dilakukan oleh Indah Dwi Kurniasih (2012) yang berkesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada bengkel Ahas 0002-Astra Motor Siliwangi di Semarang. Hasil pengujian menunjukkan adanya korelasi antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen, semakin tinggi kualitas layanan semakin kuat loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Inka Janita Sembiring dkk (2014) pada pelanggan McDonal's MT. Haryono di Malang serta Yulia Larasati Putri dan Hardi Utomo (2017) pada pelanggan Dian Comp di Ambarawa yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Novita Dian Utami dan Hening Widi Utomo (2015) pada pelanggan Rumah Makan Soto Lamongan "Cak Har" di Semarang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Penelitian serupa dilakukan oleh Rosnawati (2017) pada konsumn TB. Sugeng Karya di kecamatan Salaman, Magelang dan Rio Yosua Liasta Purba (2017) pada konsumen Raya Futsal di Bandar Lampung yang mengungkapkan adanya pengaruh lokasi terhadap loyalitas secara positif dan signifikan.

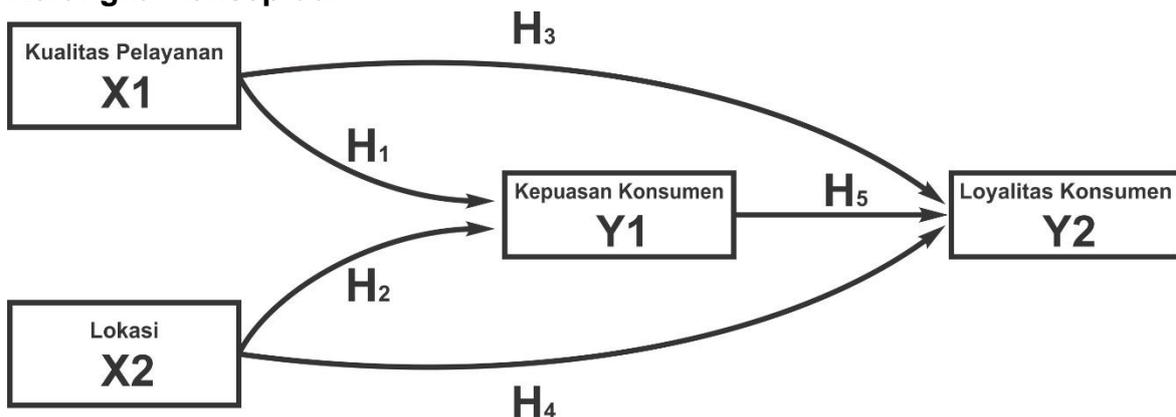
Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

Penelitian lain tentang pengaruh kepuasan terhadap loyalitas dilakukan oleh Asmai Ishak dan Zhafiri Luthfi (2011) pada pengguna jasa layanan telepon seluler di Yogyakarta khususnya di seputar Kampus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang berkesimpulan bahwa loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kepuasan dengan koefisien regresi sebesar 0,19 dan tingkat signifikansi 5%. Pengaruh yang signifikan dari kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen juga ditunjukkan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nila Kasuma Dewi, dkk (2012) dengan melakukan studi pada konsumen dalam menggunakan Vaseline Hand and Body Lotion di Kota Padang.

Konsistensi dengan temuan-temuan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis teoritik sebagai berikut:

- H3 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Percetakan Centra Graphia Yogyakarta
- H4 : Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Percetakan Centra Graphia Yogyakarta.
- H5 : Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Percetakan Centra Graphia Yogyakarta.

Kerangka Konseptual



METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *eksplanatory research* yang ditujukan untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Penelitian dilakukan di Percetakan Centra Graphia yang beralamatkan di Jalan Surokarsan No. 14, Mergangsan, Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Percetakan Centra Graphia pada tahun 2019. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 180 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Teknik analisis menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan program SPSS versi 20 for Windows.

**Seminar Nasional dan Call For Paper
Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0**

HASIL PENELITIAN

Tabel 1
Hasil Pengujian Analisis Jalur

Variabel Dependen	Variabel Independen	Koefisien Regresi	Sig t Hitung	Koefisien Determinasi	Nilai F Hitung	Sig F Hitung
Y1	X1	0,485	0,000	0,545	106,051	0,000
	X2	0,319	0,000			
Y2	X1	0,241	0,000	0,433	44,869	0,000
	X2	0,169	0,039			
	Y1	0,537	0,007			

Sumber: Data Diolah (2019)

Dari hasil pengujian analisis jalur di atas, dapat dijelaskan:

- a. Hipotesis 1 diterima, ada pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y1)
Dari analisis regresi diperoleh nilai signifikansi t hitung X1 terhadap Y1 sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- b. Hipotesis 2 diterima, ada pengaruh lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y1)
Dari analisis regresi diperoleh nilai signifikansi t hitung X2 terhadap Y1 sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- c. Hipotesis 3 diterima, ada pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas konsumen (Y2)
Dari analisis regresi diperoleh nilai signifikansi t hitung X1 terhadap Y2 sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- d. Hipotesis 4 diterima, ada pengaruh lokasi (X2) terhadap loyalitas konsumen (Y2)
Dari analisis regresi diperoleh nilai signifikansi t hitung X2 terhadap Y2 sebesar $0,039 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung lokasi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
- e. Hipotesis 5 diterima, ada pengaruh kepuasan konsumen (Y1) terhadap loyalitas konsumen (Y2)
Dari analisis regresi diperoleh nilai signifikansi t hitung Y1 terhadap Y2 sebesar $0,007 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
- f. Nilai F hitung antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen sebesar $106,051 > 2,66$ yang berarti bahwa ada pengaruh bersama-sama antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Nilai F hitung pada kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sebesar $44,869 > 2,66$ sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh bersama-sama antara kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.
- g. Koefisien determinasi (R^2) pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,545. Hasil tersebut menunjukkan bahwa 54,5% variasi kepuasan

**Seminar Nasional dan Call For Paper
Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0**

konsumen dipengaruhi oleh variasi kualitas pelayanan dan lokasi, sedangkan sisanya 45,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model.

- h. Koefisien determinasi (R^2) pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,433. Hasil tersebut menunjukkan bahwa 43,3% variasi loyalitas konsumen dipengaruhi oleh variasi kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan konsumen, sedangkan sisanya 56,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model.

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, maka dapat digambarkan analisis jalur dalam penelitian dengan perhitungan sebagai berikut:

$$Y1 = 0,485 X1 + 0,319 X2 \quad (1)$$

$$Y2 = 0,241 X1 + 0,169 X2 + 0,537 Y1 \quad (2)$$

Tabel 2
Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Model Pengaruh	<i>Direct Effect</i>	<i>Indirect Effect</i>	<i>Total Effect</i>	Keterangan
X1 → Y1	0,485	--	--	Signifikan
X2 → Y1	0,319	--	--	Signifikan
X1 → Y2	0,241	--	--	Signifikan
X2 → Y2	0,169	--	--	Signifikan
Y1 → Y2	0,537	--	--	Signifikan
X1 → Y1 → Y2	--	0,485 x 0,537 = 0,260	0,241 + 0,260 = 0,501	Signifikan
X2 → Y1 → Y2	--	0,319 x 0,537 = 0,171	0,169 + 0,171 = 0,340	Signifikan

Sumber: Data Diolah (2019)

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dijelaskan bahwa:

- a. Pengaruh kualitas pelayanan (X1) melalui kepuasan konsumen (Y1) terhadap loyalitas konsumen (Y2)
Pengaruh langsung yang diberikan X1 terhadap Y2 sebesar 0,241, sedangkan pengaruh tidak langsung X1 melalui Y1 terhadap Y2 sebesar 0,260 sehingga didapatkan hasil total pengaruh sebesar 0,501. Dari hasil perhitungan tersebut, diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,241 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,260, yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan nilai pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung kualitas pelayanan (X1) melalui kepuasan konsumen (Y1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y2).
- b. Pengaruh lokasi (X2) melalui kepuasan konsumen (Y1) terhadap loyalitas konsumen (Y2)
Pengaruh langsung yang diberikan X2 terhadap Y2 sebesar 0,169, sedangkan pengaruh tidak langsung X1 melalui Y1 terhadap Y2 sebesar 0,171 sehingga didapatkan hasil total pengaruh sebesar 0,340. Dari hasil perhitungan tersebut, diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,169 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,171, yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan nilai pengaruh langsung. Hasil ini

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

menunjukkan bahwa secara tidak langsung lokasi (X2) melalui kepuasan konsumen (Y1) mempunyai pengaruh signifikan.

PEMBAHASAN

Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada 180 orang konsumen Percetakan Centra Graphia, penelitian ini telah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan serta lokasi dari Percetakan Centra Graphia melalui kepuasan konsumen mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Berikut adalah hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening di Percetakan Centra Graphia Yogyakarta:

a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Percetakan Centra Graphia Yogyakarta

Berdasarkan hasil olah data kuesioner, kualitas pelayanan di Percetakan Centra Graphia berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Percetakan Centra Graphia Yogyakarta. Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Percetakan Centra Graphia ditunjukkan dengan nilai signifikansi t hitung $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,485 (positif). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan di Percetakan Centra Graphia maka konsumen juga akan semakin puas, dengan demikian hipotesa bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen diterima. Temuan ini konsisten dan memperkuat hasil penelitian sebelumnya tentang kepuasan pelanggan telah dilakukan oleh Aniek Indrawati (2011) pada Lembaga Pendidikan Mental Aritmetika di Kota Malang, Mohamad Rizan dan Fajar Andika (2011) dengan melakukan survei pada pelanggan Suzuki di Dealer Fatmawati Jakarta Selatan serta penelitian yang dilakukan oleh Agung Utama (2003) pada pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Percetakan Centra Graphia Yogyakarta

Dalam penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh lokasi dari Percetakan Centra Graphia terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan dengan nilai signifikansi t hitung $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,319 (positif). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik lokasi Percetakan Centra Graphia maka konsumen juga akan semakin puas, dengan demikian hipotesa bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen diterima. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Oldy Ardhana (2010) pada pelanggan bengkel Caesar di Semarang dan Rudika Harminingtayas (2012) pada penghuni Perumahan Permata Puri di Ngalian Semarang dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

c. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Percetakan Centra Graphia Yogyakarta

Dari hasil olah data, diketahui bahwa secara langsung terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan Percetakan Centra Graphia terhadap loyalitas konsumen yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi t hitung $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,241 (positif). Hal ini menunjukkan kondisi dimana terjadinya peningkatan kualitas pelayanan akan diikuti dengan peningkatan loyalitas konsumen, dengan demikian hipotesa bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen diterima. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya dilakukan oleh Indah Dwi Kurniasih (2012) pada konsumen bengkel Ahass 0002-Astra Motor Siliwangi di Semarang, Inka Janita Sembiring dkk (2014) pada pelanggan McDonal's MT. Haryono di Malang serta Yulia Larasati Putri

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

- dan Hardi Utomo (2017) pada pelanggan Dian Comp di Ambarawa yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
- d. Pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen di Percetakan Centra Graphia Yogyakarta
Hasil olah data regresi menunjukkan bahwa secara langsung lokasi Percetakan Centra Graphia berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi t hitung $0,039 < 0,05$ sementara koefisien regresinya sebesar $0,169$ (positif). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik lokasi dari Percetakan Centra Graphia maka loyalitas konsumen juga akan semakin meningkat. Dengan demikian hipotesa bahwa lokasi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Novita Dian Utami dan Hening Widi Utomo (2015), Rosnawati (2017) pada konsumn TB. Sugeng Karya di kecamatan Salaman, Magelang dan Rio Yosua Liasta Purba (2017) pada konsumen Raya Futsal di Bandar Lampung yang mengungkapkan adanya pengaruh lokasi terhadap loyalitas secara positif dan signifikan.
- e. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di Percetakan Centra Graphia Yogyakarta
Pada hasil uji statistik diketahui bahwa nilai signifikansi t hitung $0,007 < 0,05$ dan koefisien regresi $0,537$ (positif). Hal ini menunjukkan kondisi dimana terjadinya peningkatan kepuasan konsumen akan diikuti dengan peningkatan loyalitas konsumen di Percetakan Centra Graphia Yogyakarta, dengan demikian hipotesa bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen diterima. Temuan ini konsistensi dan memperkuat hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Asmai Ishak dan Zhafiri Luthfi (2011) pada pengguna jasa layanan telepon seluler di Yogyakarta khususnya di seputar Kampus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia serta penelitian yang dilakukan oleh Nila Kasuma Dewi, dkk (2012) dengan melakukan studi pada konsumen dalam menggunakan Vaseline Hand and Body Lotion di Kota Padang yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
- f. Pengaruh kualitas pelayanan melalui kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Percetakan Centra Graphia Yogyakarta
Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa pengaruh langsung yang diberikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen sebesar $0,241$, sedangkan pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan melalui kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Percetakan Centra Graphia sebesar $0,260$ sehingga didapatkan hasil total pengaruh sebesar $0,501$. Dari hasil perhitungan tersebut, diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar $0,241$ dan pengaruh tidak langsung sebesar $0,260$, yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan nilai pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung kualitas pelayanan melalui kepuasan konsumen mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Percetakan Centra Graphia Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan kualitas pelayanan akan diikuti dengan peningkatan kepuasan konsumen serta akan berdampak pada meningkatnya loyalitas konsumen di Percetakan Centra Graphia Yogyakarta.
- g. Pengaruh lokasi melalui kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Percetakan Centra Graphia Yogyakarta
Pada tabel 2 diketahui bahwa pengaruh langsung yang diberikan lokasi terhadap loyalitas konsumen sebesar $0,169$, sedangkan pengaruh tidak langsung lokasi melalui kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Percetakan Centra Graphia sebesar $0,171$ sehingga didapatkan hasil total pengaruh sebesar $0,340$. Dari hasil perhitungan tersebut, diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar $0,169$ dan pengaruh tidak langsung sebesar $0,171$, yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan nilai pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung lokasi melalui kepuasan konsumen mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

Percetakan centra Graphia Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa apabila lokasi dari Percetakan Centra Graphia semakin baik, kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat, yang selanjutnya akan diikuti dengan meningkatnya loyalitas konsumen Percetakan Centra Graphia Yogyakarta.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat dihasilkan beberapa kesimpulan yaitu:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Percetakan Centra Graphia Yogyakarta. Hal ini menunjukkan apabila kualitas pelayanan di Percetakan Centra Graphia ditingkatkan maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap kepuasan konsumen di Percetakan Centra Graphia Yogyakarta. Hal ini menunjukkan apabila lokasi dari Percetakan Centra Graphia semakin baik maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Percetakan Centra Graphia Yogyakarta. Hal ini menunjukkan apabila kualitas pelayanan di Percetakan Centra Graphia ditingkatkan maka loyalitas konsumen juga akan meningkat.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap loyalitas konsumen di Percetakan Centra Graphia Yogyakarta. Hal ini menunjukkan apabila lokasi dari Percetakan Centra Graphia semakin baik maka loyalitas konsumen juga akan meningkat.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di Percetakan Centra Graphia Yogyakarta. Hal ini menunjukkan apabila kepuasan konsumen Percetakan Centra Graphia semakin meningkat maka loyalitas konsumen juga akan meningkat.

Adapun saran yang diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen, Percetakan Centra Graphia harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen terutama karyawan harus lebih tanggap dalam penanganan keluhan dari konsumen dengan sehingga konsumen mengatakan hal-hal yang positif kepada pelanggan lain dan merasa puas melakukan pembelian di Percetakan Centra Graphia.
2. Percetakan Centra Graphia hendaknya memperhatikan lokasi perusahaan, baik kondisi lingkungan di dalam perusahaan maupun di sekitar perusahaan dengan selalu menjaga tingkat keamanan dan kenyamanan serta dengan menambah atribut-atribut perusahaan agar dapat dilihat dengan mudah oleh konsumen sekaligus untuk memperkenalkan perusahaan kepada konsumen baru.
3. Percetakan Centra Graphia sebaiknya selalu mengikuti perkembangan teknologi agar semakin kompetitif di tengah persaingan bisnis percetakan. Hal ini dapat dilakukan misalnya dengan cara membuat blog untuk berbelanja online yang disertai dengan harga dan spesifikasi produk untuk menjangkau pasar global. Percetakan Centra Graphia juga harus selalu mengikuti perkembangan mesin-mesin cetak agar dapat memenuhi keinginan konsumen.

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Firdiyansyah, Indra. (2017). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam". *Jurnal Elektornik REKAMAN*, Vol 1.
- Ghazali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harjana .(2016). *Kota Yogyakarta Dalam Angka 2016/ Yogyakarta Municipality In Figures 2016*. Yogyakarta: Badan Pusat Statistik Kota Yogyakarta.
- Harminingtayas, Rudika. (2012). "Analisis Faktor Pelayanan, Fasilitas, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Penghuni Perumahan Permata Puri Ngalian Semarang". *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 4, No. 3.
- Hasan, Ali. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, Cetakan Kedua*, Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Indrawati, Aniek. (2011). "Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan Terhadap Kepuasan Konsumen". *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Th. 16, No. 1.
- Inka Janita Sembiring, Suharyono dan Andriani Kusumawati. (2014). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's Mt. Haryono Malang)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vo. 15, No. 1.
- Ishak, Asmai dan Zhafitri Luthfi. (2011). "Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs". *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 15, No. 1.
- Jazuli, Akhmad. (2002). *Motode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: STIE Widya Wiwaha.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kurniasih, Indah Dwi (2012). "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi pada Bengkel Ahas 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 1, No. 1.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, M Nur (2015). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Edisi Ketiga. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nazir, Moh. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nila Kasuma Dewi, Gus Andri dan Sepri Yonaldi. (2012). "Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Vaseline

**Seminar Nasional dan Call For Paper
Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0**

Hand And Body Lotion di Kota Padang (Studi Kasus di PT. Unilever Cabang Padang)". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 3, No. 2.

Oldy Ardhana. (2010). "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang)". Skripsi Sarjana tak diterbitkan, Universitas Diponegoro.

Putri, Yulia Larasati dan Hardi Utomo (2017), "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)", *Among Makarti*, Vol. 10, No. 19.

Rio Yosua Liasta Purba. (2017). "Pengaruh Suasana Tempat dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Raya Futsal Bandar Lampung". Skripsi Sarjana tak diterbitkan, Universitas Lampung.

Rizan, Mohamad dan Fajar Andika. (2011). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki, Dealer Fatmawati, Jakarta Selatan)". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 2, No. 1.

Rosnawati. (2017). "Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Sugeng Karya Kecamatan Salaman Kabupaten Magelang". Skripsi Sarjana tak diterbitkan, Universitas Muhammadiyah Purworejo.

Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.

_____. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (1998). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

_____. (2000). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.

Utama, Agung. (2003). "Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten". *OPSI*, Vol. 1, No. 2.

Utami, Novita Dian dan Hening Widi Utomo. (2015). "Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 4, Nomor 5.

**Seminar Nasional dan Call For Paper
Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0**