

**PENGARUH PELAYANAN PRIMA, KEPUASAN PELANGGAN DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus pada Karyawan PT. Binajasa Abadi Karya)**

Chusnah dan Muhammad Syukhul

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Islam As-Syafi'iyah, Jakarta
chusnahchusnah.feb@uia.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima, kepuasan konsumen dan lokasi, terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Binajasa Abadi Karya. Penelitian ini menggunakan data primer, dengan menyebar kuesioner melalui G-form.. Sampel penelitian sebanyak 82 perusahaan pengguna jasa atau penyewa pada PT. Binajasa Abadi Karya. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pelayanan prima, kepuasan pelanggan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Jika dilihat dari hasil uji F, pelayanan prima, kepuasan pelanggan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai *adjusted R-square* sebesar 46,1 %.

Kata Kunci : Pelayanan Prima, Kepuasan Pelanggan, Lokasi dan Loyalitas Pelanggan

Abstract

This study aims to determine the effect of excellent service, customer satisfaction and location, on customer loyalty at PT. Binajasa Abadi Karya. This study uses primary data, by distributing questionnaires through the G-form. The research sample is 82 companies that use services or are tenants at PT. Binajasa Abadi Karya. The data analysis method used multiple linear regression. The results showed that partially excellent service, customer satisfaction and location had a positive and significant effect on customer loyalty. Results of F-test showed that excellent service, customer satisfaction and location simultaneously affect customer loyalty, with an adjusted R-square value of 46.1%.

Keywords: Excellent Service, Location, Customer Satisfaction and Customer Loyalty

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu persyaratan yang harus ada untuk mendirikan organisasi yaitu memiliki ruang kantor. Seiring dengan banyaknya pendirian perusahaan baru di Indonesia, kebutuhan akan ruang kantor pun mengalami peningkatan. Hal ini tercermin dari adanya pembangunan gedung-gedung baru di berbagai wilayah yang dirasa memiliki prospek yang menjanjikan di masa mendatang.

Dalam rangka untuk menjawab kebutuhan para pengusaha terhadap sewa ruang kantor yang tinggi, kini jasa penyewaan ruang kantor di Indonesia pun semakin mudah ditemukan. Pasalnya, menilik dari kebutuhan para pemilik usaha atas ruang kantor didukung dengan sektor ekonomi yang sedang menggeliat, bisnis persewaan ruang kantor disinyalir akan menghasilkan keuntungan yang berlipat ganda.

Dengan banyak bermunculannya bisnis sewa ruang perkantoran, maka para pengusaha tak akan lagi menemukan kesulitan jika ingin mencari lokasi yang tepat untuk bisnis atau perusahaan. Cukup temukan jasa sewa ruang kantor yang tepat, ruang kantor idaman pun telah berada dalam genggamannya.

Semakin banyaknya industri jasa saat ini di Indonesia membuat persaingan yang semakin ketat. PT. Works Forever Construction. Adalah salah satu perusahaan yang konsisten melayani bidang jasa. Di dunia bisnis jasa, lokasi, pelayanan yang baik dan kepuasan pelanggan sangat penting untuk memajukan suatu perusahaan atau untuk meningkatkan bottom line perusahaan, bahkan untuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa.

Di era globalisasi pada saat ini, didapatkan persaingan yang sangat ketat, antar perusahaan jasa. Para pesaing tidak hanya terjadi antar wilayah domestik namun juga diperusahaan jasa internasional. Untuk memenangkan persaingan tersebut, perusahaan harus mampu menyiapkan lokasi yang mudah terjangkau, memberikan layanan yang baik dan mempertahankan kepuasan hal ini akan menimbulkan loyalitas dari semua pelanggan, sehingga semua pelanggan tersebut tidak akan tertarik dengan menggunakan layanan atau produk jasa yang ditawarkan perusahaan lain.

Penetapan harga adalah keputusan kunci dalam keberhasilan operasi organisasi komersial dan nirlaba. Harga adalah satu-satunya faktor dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan organisasi. Namun, penentuan harga (terutama dalam konteks pemasaran jasa) bukanlah hal yang sepele. Di satu sisi, sulit bagi konsumen untuk menjangkau mereka dan bersaing dengan pesaing mereka. Dalam beberapa kasus, agen konsumen dapat memprotes harga yang berlebihan dan bahkan membayar intervensi pemerintah untuk menurunkan harga. Perkembangan jumlah tenant PT. Binajasa Abadi Karya beserta pendapatan sewanya dari tahun 2017 – 2021 dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Tenant dan Pendapatan Sewa PT
Binajasa Abadi Karya Tahun 2017-2021

Tahun	Jumlah Tenant (Unit)	Jumlah Pendapatan Sewa (Rp)
2017	122	19,762,387
2018	122	118,385,110
2019	123	131,196,005
2020	111	63,108,540
2021	102	60,578,118

Sumber : PT. Binajasa Abadi Karya

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas, jika dilihat jumlah tenant-nya, pada tahun 2018 tidak mengalami kenaikan jumlah tenant jika dibandingkan dengan tahun 2017. Akan tetapi pada tahun 2018 terjadi peningkatan jumlah pendapatan sewa di PT. Binajasa Abadi Karya yang cukup signifikan, kenaikan pendapatan sewa ini dikarenakan adanya kenaikan pada tarif sewa per unit. Kemudian pada tahun 2019 jumlah tenant bertambah 1 unit dan jumlah pendapatannya juga bertambah. Sedangkan pada tahun 2020 terjadi penurunan jumlah tenant sebanyak 12 unit, dan pendapatan sewanya juga mengalami penurunan dratis dari Rp131.196.005 menjadi Rp63.108.540. Pada tahun 2021 jumlah tenant kembali mengalami penurunan sebanyak 9 tenant, dan pendapatan sewanya juga menurun dari Rp63.108.540 menjadi Rp60.578.118. Melihat perkembangan tersebut, faktor penting dalam suatu usaha adalah menjaga loyalitas konsumen.

Persyaratan tersulit dalam bidang jasa sering disebut menjaga konsumen tetap menggunakan produk penjual, atau retensi pelanggan. Loyalitas yang diandalkan oleh para pengusaha untuk menjaga bisnis jasa mereka tetap berjalan saat ini ditopang oleh beberapa faktor, tetapi salah satu yang utama adalah kepuasan pelanggan. Dan untuk mencapai kepuasan pelanggan, diperlukan faktor-faktor pendukung seperti layanan pelanggan yang sangat baik, nilai pelanggan, dan manfaat unit bangunan. Keempat faktor tersebut saling berkaitan erat dan mampu menciptakan keuntungan usaha yang juga berdampak terhadap eksistensi bisnis jasa , Rachmawati (2014).

Pelayanan prima bisa diterjemahkan dengan kalimat *Service excellence* dengan secara utuh berarti pelayanan prima yang sangat baik, bisa dibilang pelayanan yang sangat terbaik atau dengan setandart pelayanan yang berlaku dan memiliki instansi jasa pelayanan diperusahaan dibidang jasa (Setyobudi & Daryanto 2014)

Kepuasan pelanggan memiliki manfaat sebagai berikut: Hubungan perusahaan-pelanggan menjadi lebih harmonis, dengan pembelian berulang menciptakan loyalitas pelanggan dan menciptakan informasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan (Tjiptono 2014).

Meningkatkan kepuasan pelanggan dapat memiliki banyak manfaat, menyelaraskan hubungan bisnis-pelanggan, memberikan dasar yang sangat baik untuk pembelian berulang, menciptakan loyalitas pelanggan, dan menguntungkan penyedia layanan rekomendasi dari mulut ke mulut (Fandy dalam Barmawi, 2012: 3).

(Handoko 2015) mencantumkan lima faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan: kualitas produk, kualitas layanan, sentimen, harga, dan biaya. Menurut (Hasan 2014) faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah :

1. Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)
2. Kualitas Produk atau layanan (*Service Quality*)
3. Citra Merek (*Brand Image*),
4. Relasional pelanggan (*Customer Relationship*)
5. Biaya Peralihan (*Switching cost*).

(Lupiyoadi 2011) mengemukakan bahwa dalam meningkatkan kepuasan konsumen atau loyalitas konsumen ada lima faktor yaitu:

1. Kualitas Produk Konsumen,
2. Harga Bagi konsumen
3. Service Quality
4. Emotional
5. Biaya dan Kemudahan Mendapatkan Produk.

Menurut (Moekijat 2008) Salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan sebuah kantor adalah lokasi kantor dalam kaitannya dengan kedekatannya dengan fasilitas lain seperti transportasi, bank, kantor pos, restoran, pelanggan dan pasar. Lokasi kantor atau lokasi kantor yang sesuai adalah prinsip kepuasan pelanggan dalam memahami kepuasan pelanggan (Tjiptono 2016)

Hasil penelitian (Steffi Melati Achlam 2015) terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas nasabah menggunakan *Structural Equation Modeling*. Penelitian Asih (2016) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan. Sementara penelitian Rivai dan Wahyudi (2017), menunjukan bahwa loyalitas pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap kualitas citra merek dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Menurut penelitian Normasari (2013), tidak ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Mayliza (2019) membuktikan terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PDAM Kota Padang.

Penelitian terdahulu yang melakukan kajian faktor lokasi persewaan perkantoran seperti

Pekik (2015) menemukan lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Edih dkk (2015) juga menemukan variabel lokasi serta aksesibilitas menjadi variabel yang paling berpengaruh terhadap besarnya nilai sewa.

Semua perusahaan yang ada tentunya ingin memperoleh banyak tempat dihati pelanggan. Berbagai prosedur pun disusun dengan perusahaan untuk mendapatkan tempat dihati konsumen. Adanya beberapa usaha yang secara tidak langsung membuat usaha yang sama seperti kita dan harus yakin bisa membagi layanan yang terbaik untuk customer sehingga dapat membagi salah satu kepuasan untuk *customer*.

Kepuasan *customer* sebagai pokok untuk mempertahankan presensi dalam suatu perusahaan. Layanan prima harus juga di hubungkan dengan salah satu tujuan maupun harapan-harapan konsumen mengenai suatu barang atau beberapa jasa yang ditawarkan perusahaan agar *customer* nyaman dan sangat puas. Beberapa unit layanan perusahaan sebenarnya mempunyai keahlian akan adanya apa yang membuat keinginan customer, akan ada menjadi beberapa masukan untuk perusahaan yang menyesuaikan hasil barang dan jasa yang akan dihasilkan karena customer mampu untuk mengevaluasi suatu kualitas barang dan jasa untuk mewujudkan yang mereka inginkan dan mereka akan peroleh.

Ada satu metode untuk dijalankan banyak perusahaan yang beberapa tahun yang lalu menghasilkan kepuasan customer yang menyampaikan layanan yang sangat optimal dan disebut dengan pelayanan prima. Pelayanan prima pengertian hal kata yang baru dalam dunia kerja. Layanan ini perlu dibantu untuk suatu hal yang membuat kualitas sumber daya manusianya yang lebih baik, memiliki pandangan yang jauh ke depan dan dapat memajukan program dan kiat pelayanan prima yang mempunyai kelebihan. Disamping itu, harus diusahakan terus menerus untuk meningkatkan kemampuan para petugas pelayanan supaya dapat meningkatkan kontribusi dan menganjurkan pelayanan sebaik-baiknya kepada konsumen agar selalu berlangganan dengan barang dan jasa di perusahaan kita tidak sempat lagi untuk melihat ke perusahaan lain atau memakai produk lain di perusahaan lain.

Kesetiaan pelanggan adalah ketaatan pelanggan terhadap barang yang dibelinya untuk jangka panjang dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Pelanggan yang patuh terhadap suatu perusahaan sangat penting sebab menjadi awal pendapatan yang tetap, maka dari itu perusahaan wajib senantiasa memberikan yang terbaik terhadap produknya supaya pelanggan tersebut selalu setia.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pelayanan Prima, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus PT. Binajasa Abadi Karya)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Apakah pelayanan prima berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Binajasa Abadi Karya
- 2) Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Binajasa Abadi Karya
- 3) Apakah lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Binajasa Abadi Karya

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan PT. Binajasa Abadi Karya.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan PT. Binajasa Abadi Karya.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan PT. Binajasa Abadi Karya.

1.4 Manfaat Peneliti

- 1) Secara teoritis, Pada penelitian ini dapat menjadi referensi atau untuk bahan penelitian bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan masalah Pengaruh Pelayanan Prima, Kepuasan Pelanggan Ddn Faktor Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan.
- 2) Secara praktis, memberikan solusi terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan pelayanan prima dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan bagi perusahaan dan sebagai bahan masukan bagi pengambilan keputusan guna menggunakan kebijakan di perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan sikap yang ditentukan berdasarkan pengalaman yang diperoleh. Penelitian sangat dibutuhkan untuk membuktikan ada tidaknya ekspektasi sebelumnya, bagian terpenting dari kebahagiaan. Kepuasan pelanggan yang tinggi meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah volatilitas pelanggan (Sunnyoto 2013).

2.2 Loyalitas Pelanggan

mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai sikap dan kecenderungan perilaku pelanggan untuk memilih satu merek di atas yang lain. Pelanggan yang loyal menunjukkan keinginan untuk mempertahankan hubungan dengan penyedia layanan mereka. Berupa kesediaan untuk memberikan nomor telepon, menerima informasi atau tindakan, atau mendukung (Griffin 2012:16).

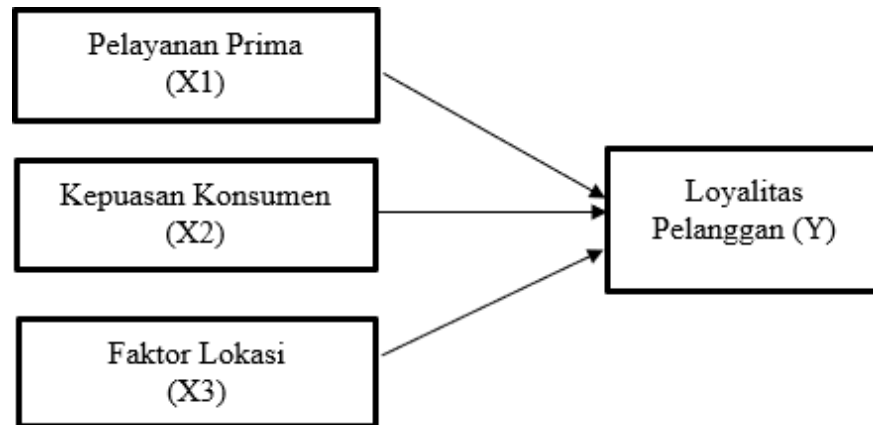
2.3 Pelayanan Prima

Superior service adalah pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan internal dan eksternalnya (Setyabudi 2014)

2.4 Faktor Lokasi

Menurut Tjiptono (2014:92) Lokasi adalah tempat di mana perusahaan beroperasi atau melakukan kegiatan yang menghasilkan barang atau jasa yang signifikan secara ekonomi.

2.5 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.6 Hipotesis

- 1) H1 : Pelayanan Prima berpengaruh positif terhadap loyalitas Pelanggan
- 2) H2 : Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
- 3) H3 : Lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

3. METODELOGI PENELITIAN

3.1 Variabel dan Pengukuran

1) Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau terikat yaitu variabel yang terjadi karena adanya pengaruh dari variabel bebas (Sujarweni 2019). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel dependen adalah loyalitas pelanggan (Y).

2) Variabel Independen (X)

Variabel bebas merupakan adanya suatu perubahan variabel yang terjadi karena adanya pengaruh dari variabel independen (Sujarweni 2019). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel independen adalah pelayanan prima (X_1), kepuasan pelanggan (X_2), dan lokasi (X_3)

3.2 Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian

1) Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa atau penyewa pada PT. Binajasa Abadi Karya yang jumlahnya sebanyak 104 tenant.

2) Sampel dan Sampling Penelitian

Sampel dapat mewakili suatu populasi karena merupakan sebagian kecil dari jumlah yang dimiliki populasi atau sebagian kecil dari populasi yang diperoleh menurut prosedur. Rumus yang diperlukan untuk menentukan jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus Slovin.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode untuk memperoleh data informasi adalah metode survei yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi tentang sejumlah besar responden yang diyakini dapat mewakili populasi tertentu.

3.4 Metode Analisis Data

Analisis statistik deskriptif ialah analisis yang menggambarkan tentang karakteristik masing-masing variabel dari penelitian secara umum yang diukur dari nilai rata-rata (mean), maksimum dan minimum, dalam statistik ini menggunakan program SPSS 22.

1) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam metode regresi variabel pengganggu atau residual terdapat distribusi normal yang dijelaskan oleh Ghozali (2011:160). Pengujian normalitas menggunakan *Test Normality Kolmogorof-Smirnov*.

H₀: data residual berdistribusi normal

H_a: data residual tidak berdistribusi normal

Apabila angka probabilitas $< \alpha = 0,05$ artinya data tersebut distribusinya tidak normal. Sebaliknya, jika angka probabilitas $> \alpha = 0,05$ maka H_a ditolak yang berarti variabel terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk adanya kolerasi yang tinggi antar variabel independen (bebas) dengan dependen yang dinyatakan oleh Ghozali (2016:103). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen (bebas).

- Tolerance value $< 0,10$ atau VIF > 10 : terjadi multikolinearitas.

- Tolerance value $> 0,10$ atau VIF < 10 : tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dirancang untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan yang diberikan oleh Ghozali (2016:134) dan pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dapat menggunakan Uji Glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan variabel bebas dari penelitian tersebut terhadap nilai residual mutlakanya. Jika probabilitas signifikan $> 0,05$ (5%), maka model regresi dari penelitian tersebut tidak mengandung heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara periode t (sekarang) dengan periode t-1 (sebelumnya) dalam model regresi linear. Jika terjadi korelasi maka terdapat masalah autokorelasi (Ghozali, 2016:64). Uji autokorelasi dapat diketahui dengan menggunakan uji Durbin-Watson.

2) Analisis Regresi Sederhana

Model regresi yang hanya memiliki satu variabel independen yaitu model regresi sederhana (simple regression). Metode ini menjelaskan hubungan X_1 , X_2 , X_3 dan Y . Purwanto (2017), dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Loyalitas Pelanggan

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

x : pelayanan prima (X_1), kepuasan pelanggan (X_2), dan lokasi (X_3)

3) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2. Berikut persamaan regresi yang digunakan untuk dua prediktor:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Loyalitas pelanggan

a = konstanta (constant)

X_1 = Pelayanan Prima

X_2 = Kepuasan Konsumen

X_3 = Faktor lokasi

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi variabel independent

e = Error

4) Analisis Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, dimana salah satu variabel independennya dikendalikan.

$$r = \frac{n (\sum x_1 y) - (\sum x_1)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x_1^2)(\sum x_1)^2} \cdot \sqrt{n(y^2) - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

r : Koefisien Korelasi

n : Jumlah Responden

X : pelayanan prima (X_1), kepuasan pelanggan (X_2), dan lokasi (X_3)

Y : loyalitas pelanggan

5) Analisis Korelasi Berganda

Analisis ini berfungsi untuk menggambarkan kerataan hubungan antara variabel pelayanan prima (X_1), faktor lokasi (X_2), kepuasan konsumen (X_3) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Rumus korelasi berganda satu variabel tergantung dengan dua variabel bebas adalah:

$$= \sqrt{\frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y + b_3 \sum x_3 y}{n}}$$

$$\sum y^2$$

Keterangan :

$\sum x_i$ = Jumlah data X_i

$\sum y^2$ = Jumlah Y

$\sum x_i y_i$ = Jumlah data X_i dikalikan Y

Untuk bisa memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemui tersebut besar ataupun kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada Tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisie	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

6) Uji Kecocokan Model

a. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, maka dapat dihitung koefisien determinasi. Koefisien korelasi digunakan untuk melihat persentase pengaruh X_1 , X_2 , X_3 dan variabel Y . Koefisien determinasi dihitung dengan rumus sebagai berikut:

Keterangan :

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Kd : Koefisien determinasi

R^2 : Kuadrat koefisien korelasi berganda

7) Pengujian Hipotesis

a. Uji Statistik t

Pengujian ini dilakukan untuk menunjukkan seberapa kuat variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.. Jika p-value lebih kecil dari yang ditentukan yaitu 5%, maka uji t menunjukkan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016:122). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. $t_{hitung} > \text{dari } t_{tabel} \text{ (sig < 0,05)} \rightarrow$ berpengaruh terhadap variabel terikat.
 - b. $t_{hitung} < \text{dari } t_{tabel} \text{ (sig > 0,05)} \rightarrow$ tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

4. HASIL PENELITIAN

4.1 Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas

1) Berdasarkan Regresi Sederhana X_1 dan Y

Berdasarkan analisis regresi sederhana antara X_1 dan Y didapatkan persamaan regresi $Y = 11,700 + 0,526X_1$. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

Nilai $a = 11,700$ yaitu jika tidak ada variabel pelayanan prima maka nilai skor loyalitas adalah 11,700.

Nilai $b = 0,526$ artinya setiap penambahan satu skor nilai pada pelayanan prima, maka loyalitas akan mengalami peningkatan skor sebesar 0,526.

2) Berdasarkan Regresi Berganda X_1 dan Y

Koefisien $b_1 = 0,187$

Nilai koefisien X_1 (Pelayanan Prima) sebesar 0,187 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X_1 (Pelayanan Prima) sebesar 1 satuan, maka loyalitas pelanggan meningkat sebesar 0,187, dimana kepuasan konsumen dan faktor lokasi dianggap tetap. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel pelayanan prima berkontribusi positif terhadap loyalitas pelanggan.

3) Berdasarkan Korelasi Sederhana X_1 dan Y

Korelasi antara pelayanan prima (X_1) dengan loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,535 dan signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa ada hubungan antara pelayanan prima dengan loyalitas pelanggan PT. Binajasa Abadi Karya, dan kekuatan hubungannya *moderate*.

4) Berdasarkan Korelasi Berganda X_1 dan Y

Korelasi berganda merupakan akar dari koefisien determinasi (R^2). Korelasi berganda menunjukkan seberapa kuat hubungan antara Y dengan X_1 , X_2 dan X_3 secara bersama-sama. Nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,694, hal ini berarti bahwa kekuatan hubungan antara Y dengan X_1 , X_2 dan X_3 cukup kuat.

5) Berdasarkan Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil analisis koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,461 atau 46,1% yang berarti bahwa variasi variabel pelayanan prima, kepuasan konsumen dan faktor lokasi mampu menjelaskan sebesar 46,1% variasi variabel loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 0,539 atau 53,9% dijelaskan oleh faktor lain.

6) Berdasarkan Uji Hipotesis (Uji T)

Hasil pengujian hipotesis 1 dapat dilihat melalui Tabel 4.40. Nilai signifikansi uji t-statistik diperoleh 0,07 lebih dari 0,1. Dengan demikian hipotesis nol ditolak, dengan taraf uji 10 %. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat kepercayaan 90 % pelayanan prima terbukti berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

4.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas

1) Berdasarkan Regresi Sederhana X_2 dan Y

Berdasarkan analisis regresi sederhana antara X_2 dan Y didapatkan persamaan regresi $Y = 11,036 + 0,674X_2$. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

Nilai $a = 11,036$ yaitu jika tidak ada perubahan dari variabel kepuasan pelanggan maka nilai skor loyalitas adalah 11,036.

Nilai $b = 0,674$ artinya setiap penambahan satu skor nilai pada kepuasan pelanggan, maka loyalitas akan mengalami peningkatan skor sebesar 0,674.

2) Berdasarkan Regresi Berganda X_2 dan Y

Koefisien $b_2 = 0,335$

Nilai koefisien X_2 (Kepuasan Pelanggan) sebesar 0,335 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X_2 (Kepuasan Pelanggan) sebesar 1 satuan, maka loyalitas pelanggan meningkat sebesar 0,335, dimana pelayanan prima dan faktor lokasi dianggap tetap. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

3) Berdasarkan Korelasi Sederhana X_2 dan Y

Korelasi antara kepuasan konsumen (X_2) dengan loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,555 dan signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa ada hubungan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas pelanggan PT. Binajasa Abadi Karya, dan kekuatan hubungannya moderate.

4) Berdasarkan Korelasi Berganda X_2 dan Y

Korelasi berganda merupakan akar dari koefisien determinasi (R^2). Korelasi berganda menunjukkan seberapa kuat hubungan antara Y dengan X_1 , X_2 dan X_3 secara bersama-sama. Nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,694, hal ini berarti bahwa kekuatan hubungan antara Y dengan X_1 , X_2 dan X_3 cukup kuat.

5) Berdasarkan Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil analisis koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,461 atau 46,1% yang berarti bahwa variasi variabel pelayanan prima, kepuasan konsumen dan faktor lokasi mampu menjelaskan sebesar 46,1% variasi variabel loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 0,539 atau 53,9% dijelaskan oleh faktor lain.

6) Berdasarkan Uji Hipotesis (Uji T)

Hasil pengujian hipotesis 2 dapat dilihat melalui Tabel 4.40. Nilai signifikansi uji t-statistik diperoleh 0,007 kurang dari 0,05. Dengan demikian hipotesis nol ditolak. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat kepercayaan 95 % kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

4.3 Pengaruh Faktor Lokasi Terhadap Loyalitas

1) Berdasarkan Regresi Sederhana X_3 dan Y

Berdasarkan analisis regresi sederhana antara X_3 dan Y didapatkan persamaan regresi $Y = 16,438 + 0,538X_2$. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

Nilai a = 16,438 yaitu jika tidak ada perubahan dari variabel faktor lokasi maka nilai skor loyalitas adalah 16,438.

Nilai b = 0,538 artinya setiap penambahan satu skor nilai pada faktor lokasi, maka loyalitas akan mengalami peningkatan skor sebesar 0,538.

2) Berdasarkan Regresi Berganda X_3 dan Y

Koefisien $b_3 = 0,322$

Nilai koefisien X_3 (Faktor Lokasi) sebesar 0,322 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X_3 (Faktor Lokasi) sebesar 1 satuan, maka Loyalitas Pelanggan meningkat sebesar 0,322, dimana pelayanan prima dan kepuasan konsumen dianggap tetap. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

3) Berdasarkan Korelasi Sederhana X_3 dan Y

Korelasi antara faktor lokasi (X_3) dengan loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,615 dan signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa ada hubungan antara faktor lokasi dengan loyalitas pelanggan PT. Binajasa Abadi Karya, dan kekuatan hubungannya cukup kuat.

4) Berdasarkan Korelasi Berganda X_3 dan Y

Korelasi berganda merupakan akar dari koefisien determinasi (R^2). Korelasi berganda menunjukkan seberapa kuat hubungan antara Y dengan X1, X2 dan X3 secara bersama-sama. Nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,694, hal ini berarti bahwa kekuatan hubungan antara Y dengan X1, X2 dan X3 cukup kuat.

5) Berdasarkan Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil analisis koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,461 atau 46,1% yang berarti bahwa variasi variabel pelayanan prima, kepuasan konsumen dan faktor lokasi mampu menjelaskan sebesar 46,1% variasi variabel loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 0,539 atau 53,9% dijelaskan oleh faktor lain.

6) Berdasarkan Uji Hipotesis (Uji T)

Hasil pengujian hipotesis 3 dapat dilihat melalui Tabel 4.40. Nilai signifikansi uji t-statistik diperoleh 0,001 kurang dari 0,05. Dengan demikian hipotesis nol ditolak. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat kepercayaan 95 % faktor lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

5. PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisa hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

1. Pelayanan yang baik berpengaruh positif besar terhadap loyalitas pelanggan pada tingkat pengujian = 10%. Makanya pelayanan PT Binajasa Abadi Karya, Loyalitas Anda juga semakin meningkat.
2. Kepuasan pelanggan memiliki dampak positif yang besar terhadap loyalitas pelanggan. Semakin tinggi kepuasan pelanggan PT. Binajasa Abadi Karya, loyalitas juga semakin meningkat.
3. Faktor lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Jadi semakin strategis lokasi gedung yang disewakan PT. Binajasa Abadi Karya, konsumen akan semakin loyal.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian ini dan melihat hasil pembahasan, penulis mengajukan saran atau masukan yang dapat berguna bagi perusahaan:

- 1) Saran untuk perusahaan
 - a. Variabel pelayanan yang baik memberikan hasil yang mendorong penyewa untuk menjaga rasa tanggung jawab setiap saat sehingga mereka merasa nyaman menyewakan jasa bangunan. Selain itu, bisnis juga harus lebih memperhatikan penyewa. Karena ini mengarah pada loyalitas pelanggan.
 - b. Pada variabel Kepuasan Pelanggan terdapat hasil dimana perusahaan disarankan agar memperhatikan apa saja yang belum terpenuhi dalam

penyewaan jasa, agar penyewa mau merekomendasikan perusahaan kepada penyewa lain karena jika penyewa puas maka akan mudah untuk merekomendasikan nya kepada penyewa lain.

- c. Pada variabel Faktor Lokasi terdapat hasil dimana perusahaan disarankan agar selalu memperhatikan akses jalan penyewa ke perusahaan serta memperhatikan fasilitas yang diberikan perusahaan kepada penyewa.
- d. Pada variabel Loyalitas Pelanggan terdapat hasil dimana perusahaan disarankan agar selalu memperbaiki dan memperhatikan pelayanan, kepuasan, faktor lokasi agar penyewa mempertimbangkan bahwa perusahaan merupakan pilihan pertama pembelian jasa.

2) Untuk penelitian selanjutnya

Selain ketiga variabel yang disebutkan di atas, diharapkan penelitian yang lebih rinci dengan menggunakan variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan akan memajukan penelitian lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi. 2017. “Engaruh Sanksi Pajak, Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Sistem E- Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.” *Jurnal Akuntansi*.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Artha, K. G., & Setiawan. 2016. “Engaruh Kewajiban Moral, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Di KPP Badung Utara.” *Jurnal Akuntansi* 17: 913–37.
- Asih, Nyoman Suparmanti. 2016. “Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singaraja.” *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE)* 7(2): 1–10.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/7797>.
- Assauri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Elmi, Farida. 2018. *Telisik Manajemen Sumber Daya Manusia*. 1st ed. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Griffin, Em. 2012. *A First Look at Communication Theory*. 8th ed. New York: McGraw Hil.
- Handoko, Basu Swastha. 2015. *Manajemen Pemasaran - Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing Dan Kasus - Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Lupiyoadi. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Luthfi, Asmai Ishak dan Zhafitri. 2011. *Pengaruh Kepuasan Dann Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Media Switching Cost*.

- Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Malau, Herman. 2017. *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Aplikasi Pemasarab Era Tradisional Sampai Era ModernisasiGlobal* . Bandung: Alfabeta.
- Moekijat. 2008. *Manajemen Personaliala Dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Normasari, Selvy. 2013. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei Pada Tamu Pelanggan Yang Menginap Di Hotel Pelangi Malang.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 6.
- Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer* . Bandung: Alfabeta.
- Rahmayanti. 2014. “Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada CV. Putra Kaltim Samarinda.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 2 2: 215– 29.
- Rivai dan Wahyudi. 2017. *Pengaruh Persepsi Kualitas , Citra Merek , Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi*.
- Setyabudi, Ismanto. 2014. *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. Jakarta: Gava Media.
- Setyobudi &, Daryanto. 2014. *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Soesaty, Natalia. 2013. “Analisa Credibilitycelebrity Endorser Model: Sikap Audience Terhadap Iklan Dan Merek Sertapengaruhnya Pada MinatBeli‘ Top Coffee.” *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Steffi Melati Achlam. 2015. “Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Menggunakan Structural Equation Modeling (Studi Kasus Di Pt. Bank Rakyat Indonesia Kanca Malang Martadinata).” *JURNAL REKAYASA DAN MANAJEMEN SISTEM INDUSTRI* VOL 3.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- . 2015. *Penelitian SUMber Daya Manusia*. Jakarta: Buku Seru.
- Tantri, Abdullah dan. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.