



## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KLINIK BUNDA MULYA PARUNG PANJANG

**Dwiki Imam Alpian<sup>1</sup>, Aldila Rahma Putri<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

*\* [opindwiki@gmail.com](mailto:opindwiki@gmail.com)<sup>1</sup>, [dosen02479@unpam.ac.id](mailto:dosen02479@unpam.ac.id)<sup>2</sup>,*

**Abstract.** *The purpose of this study is to determine the Influence of Service Quality and Location on Customer Satisfaction. The research method used is a quantitative descriptive method. The sampling technique used the Slovin formula, so that a sample of 94 respondents was obtained. Meanwhile, the primary data collection technique is through a questionnaire which is processed using the SPSS Application System Version 25. The data analysis method uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression analysis, correlation coefficients, determination coefficients, and hypothesis tests. The results of this study are that the quality of service has a positive and significant effect on Customer Satisfaction with a value with a determination coefficient value of 72.3%, a hypothesis test of a t-count > t table or  $3.221 > t$  a table of 1,662 or a significance of  $0.000 < 0.05$ . location has a positive and significant effect on Customer Satisfaction with a determination coefficient value of 83.7% and a hypothesis obtained t count:  $1.948 > t$  table: 1.662 or a significance of  $0.000 < 0.05$ . The effect of service quality and location simultaneously had a positive and significant effect on customer satisfaction with the regression equation  $Y = 1,304 + 0.206X1 + 0.770X2$ . The value of the determination coefficient is 84.7%, The hypothesis test obtained a value of F calculated:  $251,963 > F$  table: 2.705,*

**Keywords:** *Customer Quality, Customer Satisfaction, Coefficient of Determination, Simultaneous*

**Abstrak.** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh sampel sebanyak 94 responden. Sedangkan teknik pengumpulan data primer melalui kuesioner yang diolah menggunakan sistem aplikasi SPSS Versi 25. Metode analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai dengan nilai koefisien determinasi sebesar 72.3% uji hipotesis t hitung > t tabel atau  $3,221 > t$  tabel 1.662 atau signifikansi  $0,000 < 0,05$ . lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai nilai koefisien determinasi sebesar 83,7% dan hipotesis diperoleh t hitung:  $1,948 > t$  tabel: 1,662 atau signifikansi  $0,000 < 0,05$ . pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi  $Y = 1.304 + 0,206X1 + 0,770X2$ . Nilai koefisien determinasinya sebesar 84,7%, Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung:  $251.963 > F$  tabel: 2,705,

**Kata Kunci :** Kualitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Koefisien Determinasi, Simultan

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Deklarasi Perserikatan Bangsa-Bangsa PBB Tahun 1948 Hak Asasi Manusia pasal 25 Ayat (1) menyatakan, setiap orang berhak atas derajat hidupnya yang memadai untuk kesehatan dan kesejahteraan diri serta keluarga. Hak-hak ini termasuk hak atas pangan, pakaian, perumahan dan perawatan kesehatan serta pelayanan sosial yang diperlukan dan hak atas jaminan pada saat menganggur, menderita sakit, cacat, menjadi janda / duda, mencapai usia lanjut atau keadaan lainnya yang mengakibatkan kekurangan nafkah, yang berada di luar kekuasaannya. Hak ini juga termaktub dalam UUD 45 pasal 28H dan Pasal 34, dan diatur dalam UU No.36/2009 tentang Kesehatan. Dalam

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KLINIK  
BUNDA MULYA PARUNG PANJANG**

UU No. 36/2009 ditegaskan bahwa setiap orang mempunyai hak yang sama dalam memperoleh akses atas sumber daya bidang kesehatan dan memperoleh akses atas sumber daya bidang kesehatan dan memperoleh pelayanan kesehatan yang aman, bermutu, dan terjangkau. Sebaliknya, setiap orang juga mempunyai kewajiban turut serta dalam program jaminan kesehatan sosial (Kementrian kesehatan Republik indonesia, 2013). Untuk mewujudkan komitmen global dan konsitusi di atas, pemerintah bertanggung jawab atas pelaksanaan jaminan kesehatan masyarakat melalui jaminan kesehatan nasional (JKN).

**Tabel 1.1  
Daftar Klinik di Parung Panjang**

No	Nama	Alamat
1	<b>Klinik Bd Harapan Ibu</b>	Jl. Raya Cikabon Desa Cibunar Kec Parung Panjang
2	<b>Klinik Bd Cahyati</b>	Jl. Raya Dago No.2 Desa Kabasiran Kecamatan Parung Panjang
3	<b>Klinik Bd Karnah</b>	Jl. Sudamanik Desa Lumpang Kecamatan Parung Panjang
4	<b>Knlinik Bd Neng Tuti Alawiyah</b>	Jl. Raya Dago, Desa Cikuda Kecamatan Parung Panjang
5	<b>Klinik Bd Hilda</b>	Jl. Kamper Raya No.09 Desa Cibunar Kecamatan Parung Panjang
6	<b>Klinik Bunda Mulya</b>	Jl. Sumantri No.11, RT.03/RW.04, Kec. Parung Panjang

Sumber: Survey Peneliti

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat banyak pesaing usaha baru yang bermunculan di satu wilayah dengan Klinik Bunda Mulya Kecmatan Parung Panjang. Pada tahun 2009 silam, Klinik Bunda Mulya adalah satu-satunya Klinik yang cukup lama juga. Namun, dalam kurun waktu sekitar 3 tahun kini sudah banyak Klinik-klinik Bersalin yang beroperasi di wilayah tersebut. Hal ini juga menunjukkan bahwa usaha atau bisnis kesehatan termasuk kesehatan tak pernah mati. Semua manusia terus Reproduksi untuk melahirkan keturunan, itu bertujuan untuk mempertahankan proses keberlangsungan *spesies* di dunia. oleh karena itu maka, usaha yang berhubungan dengan kesehatan akan selalu dibutuhkan.

**Tabel 1.2  
Data Jumlah Pasien Klinik Bunda Mulya Parung Panjang Periode 2020-2024**

Bulan	2020	2021	2022	2023	2024
Januari	123	131	110	121	114
februari	156	142	212	141	130
Maret	204	121	211	154	142
April	187	144	112	143	112
Mei	109	122	113	133	125
Juni	147	146	144	173	156
Juli	167	142	155	143	134
Agustus	233	166	111	123	121
September	221	131	134	131	127
Oktober	123	142	155	125	114
November	144	121	135	121	119
Desember	175	141	187	111	117
<b>Jumlah</b>	<b>1989</b>	<b>1649</b>	<b>1779</b>	<b>1619</b>	<b>1511</b>

Sumber: Klinik Bunda Mulya Parung Panjang

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KLINIK  
BUNDA MULYA PARUNG PANJANG**

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan informasi yang diperoleh pada tahun 2020 jumlah pasien yang datang berjumlah 1989 orang. Selanjutnya pada tahun 2021 pasien yang datang berkurang, menjadi 1649 Pada tahun 2022 yang data pada klinik bunda mulya mengalami naik kenaikan sebanyak 1779 orang sedangkan pada tahun 2023 pasien yg datang mengalami penurunan sebanyak 1619 pasien. Pada tahun 2024 pasien yang datang turun kembali sebanyak 1511 orang/pasien. Pada Klinik Bunda Mulya bahwa pasien yang berobat di Klinik Bunda Mulya Parung Panjang mengalami fluktuasi atau kenaikan dan penurunan, Hal ini di sampaikan oleh Bd Hj Upen S, selaku pemilik sekaligus kepala Klinik Bunda Mulya Kecamatan Parung Panjang: *“Semakin tahun saat ini jumlah pasien mengalami penurunan karena semakin banyaknya pesaing dan bangunan klinik-klinik terbaru”* Berdasarkan keadaan diatas untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

**Tabel 1.3  
Hasil Pra-Survey Kepuasan Pelanggan Klinik Bunda Mulya Parung Panjang**

No.	Indikator Pertanyaan	Jawaban		Jumlah Responden	Persentase (%)
		Ya	Tidak		
<b>(Kesesuaian Harapan)</b>					
1.	Apakah pelayanan yang diperoleh sesuai dengan yang anda harapkan ?	45%	55%	30	100
	Apakah lokasi sesuai dengan yang anda harapkan ?	20%	80%	30	100
<b>(Minat Berkunjung Kembali)</b>					
2.	Apakah anda berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh staff atau karyawan memuaskan ?	47%	53%	30	100
	Apakah anda berniat berobat kembali karena lokasi yang diperoleh strategis ?	47%	53%	30	100
<b>(Kesediaan Merekomendasikan)</b>					
3	Karena pelayanan yang memuaskan, Apakah anda bersedia menyarankan teman atau kerabat untuk berobat di Klinik Bunda Mulya Parung Panjang ?	60%	40%	30	100
	Setelah berobat Klinik Bunda Mulya Parung Panjang dan mendapatkan nilai atau manfaat setelahnya, apakah anda bersedia merekomendasikan teman atau kerabat untuk berobat di Klinik Bunda Mulya Parung Panjang ?	60%	40%	30	100

Sumber: Pra Survey

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat kepuasan pelanggan pada Klinik Bunda Mulya Parung Panjang, yaitu pada indikator kesesuaian harapan mendapatkan respon yang kurang baik, dimana pertanyaan pertama pelanggan yang menjawab “Ya” hanya sebanyak 45% dari 30 responden, begitu juga pada pertanyaan kedua dimana konsumen yang menjawab “Ya” hanya sebanyak 20%. Pada indikator minat berkunjung kembali yang menjawab “Tidak” lebih banyak yaitu sebanyak 53% pada pertanyaan pertama, pada pertanyaan kedua juga lebih banyak yang menjawab “Tidak” yaitu sebanyak 53%, pada indikator ketiga kesediaan merekomendasikan responden yang menjawab “Ya” pada pertanyaan pertama lebih dominan yaitu sebanyak 60%, begitu juga dengan pertanyaan kedua sebanyak 60% responden yang menjawab “Ya”, dengan begitu dapat disimpulkan konsumen belum merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh staff atau karyawan Klinik Bunda Mulya Parung Panjang, hal tersebut dilihat berdasarkan konsumen yang menjawab “Tidak” lebih mendominasi pada keenam pertanyaan yang

diajukan, ketidakpuasan konsumen pada Klinik Bunda Mulya Parung Panjang dapat disebabkan oleh kurangnya pelayanan dan lokasi yang belum sesuai.

**Tabel 1.4**  
**Hasil Pra-Survey Kualitas Pelayanan Klinik Bunda Mulya Parung Panjang**

No	Indikator Pertanyaan	Jawaban		Jumlah Responden	Dalam Target (%)
		Ya	Tidak		
1	<b>Berwujud (<i>Tangibels</i>)</b> Apakah terdapat tempat parkir yang cukup luas di Klinik Bunda Mulya Parung Panjang?.	55%	45%	30	100
2	<b>Keandalan (<i>Reability</i>)</b> Apakah staff atau karyawan Klinik Bunda Mulya Parung Panjang memberikan pelayanan yang cepat dan terampil ?	45%	55%	30	100
3	<b>Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)</b> Apakah staff atau karyawan Klinik Bunda Mulya Parung Panjang menyambut kedatangan pasien dengan baik?	46%	54%	30	100
4	<b>Jaminan dan Kepastian (<i>Assurance</i>)</b> Apakah Klinik Bunda Mulya Parung Panjang menjamin pelayanan yang baik sehingga pasien atau konsumen dapat percaya ?	55%	45%	30	100
5	<b>Empati (<i>Empaty</i>)</b> Apakah Klinik Bunda Mulya Parung Panjang memberikan perhatian penuh kepada pasien atau konsumen ?	49%	51%	30	100

Sumber : Pra Survey

Berdasarkan hasil kusioner pra-survey yang dilakukan penulis terhadap 30 orang responden, dapat dilihat dari hasil jawaban responden pada indikator berwujud (*Tangibels*) lebih dominan kepada jawaban “Ya” yaitu sebanyak 55% , kemudian pada indikator Keandalan (*Reability*) menjadi yang terbanyak jawaban “Tidak” atau tidak setuju yaitu sebanyak 55%, pada indikator Ketanggapan (*Responsiveness*) didominasi oleh jawaban “Tidak” atau tidak setuju yaitu sebesar 54%, kemudian pada indikator Jaminan dan Kepastian (*Assurance*) sebesar 55% didominasi oleh jawaban “Ya” atau setuju, dan pada indikator yang terakhir yaitu Empati (*Empaty*) pesaing sebesar 51% didominasi oleh responden yang menjawab “Tidak” atau tidak setuju, artinya kualitas pelayanan pada Klinik Bunda Mulya Parung Panjang sudah kurang diperhatikan dengan baik, hal tersebut menjadi perhatian bagi staff atau karyawan agar meningkatkan dan memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan sehingga pelanggan atau konsumen senang dan puas dengan pelayanan yang diberikan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Pengertian Manajemen

Menurut George R Terry dalam Roni Angger (2020:1) Manajemen adalah “suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan SDM dan sumber-sumber lainnya”. Sedangkan menurut John F.Mee dalam Roni Angger (2020:2) “manajemen adalah seni mencapai hasil yang maksimal dengan usaha minimal supaya tercapai kesejahteraan dan kebahagiaan maksimal, baik bagi pimpinan maupun para pekerja, serta memberikan pelayanan yang sebaik mungkin kepada masyarakat”.

### 1. Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller dalam Sjawal, dkk (2020:380) “Pemasaran adalah aktivitas, untuk mengatur suatu lembaga atau instansi, dan proses untuk menciptakan, berkomunikasi, memberikan, dan bertukar penawaran yang memiliki nilai untuk konsumen, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya”,

### **1. Pengertian Manajemen Pemasaran**

Menurut Suparyanto dalam Satria dkk (2021:2) “manajemen pemasaran adalah suatu proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program-program dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan”. Menurut Kotler dan Amstrong dalam Priansa (2017:4) menjelaskan “manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan”, Manajemen Pemasaran menurut Yulianti, dkk (2019:2) “adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi”.

### **1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Wijaya dalam Emmatul (2020:3) “kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

### **1. Pengertian Lokasi**

Menurut Syahidin dan Adnan (2022:23) “Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan”. Menurut Tjiptono dalam Winda (2020:24) “lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang dapat memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen/ Pelanggan”. Konsumen dapat mendatangi lokasi fasilitas jasa atau produsen penyedia jasa yang mendatangi konsumen/ Pelanggan, dimungkinkan pula penyedia jasa mengkombinasikan keduanya.

### **1. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut Hartono Dalam Rahmi dkk (2019:25) “kepuasan Pelanggan adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh seorang (klien atau Pelanggan) setelah ia mengalami suatu tindakan atau hasil dari tindakan yang memenuhi harapan-harapannya”.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

“Penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, karena data yang menjadi objek dalam penelitian ini merupakan data-data kuantitatif yang berupa angka-angka yang dihasilkan dari skala likert” (Sugiyono, 2017:13). Lebih lanjut Sugiyono (2017:18) menyatakan bahwa “metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data

bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Menurut Sugiyono (2017:44) “metode asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel lebih”.

### **3.2 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2021:126) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini populasinya dengan jumlah **1511** pasien adalah seluruh Pelanggan pada tahun 2024 yang telah berobat di Klinik Bunda Mulya Parung Panjang.

#### **3.4.2 Sampel**

Menurut sugiyono (2019:127) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut” bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti

Ghozali, (2014:67) “Dalam penelitian ini pengambilan sampel dengan menggunakan yaitu teknik sampling insidental. Teknik sampling insidental disebut juga teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data.

Sugiyono (2017:81) Penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan Rumus Slovin. Rumus tersebut digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya yaitu sebanyak 1511 Pasien Menurut untuk tingkat presisi yang ditetapkan dalam penentuan sampel adalah 10%.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **4.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen.**

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk menguji suatu kuesioner reliabel atau handal atau tidak. Menurut Ghozali (2021:47) “Uji Reliabilitas merupakan alat untuk menguji kekonsistenan jawaban responden atas pernyataan di kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”. Adapun kriteria atau ketentuan dalam memutuskan pernyataan tersebut reliabel atau tidak, berikut ini untuk ketentuannya:

- 1) Jika nilai *Cronbatch Alpha* > 0,600, maka instrumen reliabel.
- 2) Jika nilai *Cronbatch Alpha* < 0,600, maka instrumen tidak reliabel.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbatch Alpha	Standar Cronbatch Alpha	Keputusan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.743	0.600	Reliabel
Lokasi (X2)	0.739	0.600	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.753	0.600	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 25

Berdasarkan data di atas menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan pelanggan berdistribusi reliabel karena nilai tersebut lebih besar dari nilai *Cronbatch Alpha* yaitu 0,06.

#### 4.4 Pengujian Asumsi Klasik

##### 4.4.1 Uji Normalitas

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.24511896
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.098
	Negative	-.074
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.271 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan data di atas dengan Analisa bahwa uji normalitas berdistribusi normal dengan nilai 0,271 lebih besar dari 0,05 atau  $> 0,05$ .

##### 4.4.2 Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.14**  
**Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.304	1.803		.723	.471		
Kualitas Pelayanan	.206	.086	.206	2.409	.018	.230	4.344
Lokasi	.770	.090	.734	8.595	.000	.230	4.344

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah 2025 (SPSS 26)

Dengan nilai toleransce dengan nilai kualitas pelayanan dan lokasi 0,230 artinya nilai tersebut di bawah 1. Dan nilai VIF kualitas pelayanan dan lokasi dengan nilai 4,344 artinya nilai tersebut di bawah 10, maka dapat disimpulkan penelitian tersebut tidak terjadi gejala multikolinieritas.

##### 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	4.755	1.161		4.096	.000
Kualitas Pelayanan	-.082	.055		-.314	-.142
Lokasi	.022	.058		.081	.383

a. Dependent Variable: RES2\_ABS

Sumber: Data diolah 2025(SPSS 26)

Berdasarkan data di atas dengan Analisa bahwa nilai uji glesjer kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) adalah diatas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian tersebut tidak ada gangguan heteroskedastisitas.

#### 4.6 Pengujian Hipotesis.

##### 4.6.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

**Tabel 4.25**

**Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	7.191	2.232		3.221	.002
Kualitas Pelayanan	.852	.055	.850	15.491	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisa di atas menjelaskan bahwa hasil nilai t hitung > t tabel dengan hasil 3,221 > 1,662 dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,002 < 0,05, dan Ho1 di tolak dan Ha1 diterima maka dapat disimpulkan terdapat Pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada klinik bunda mulya parung panjang.

##### 4.6.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

**Tabel 4.27**

**Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X1) Dan Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5423.370	2	2711.685	251.963	.000 <sup>b</sup>
	Residual	979.364	91	10.762		
	Total	6402.734	93			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil analisa di atas menjelaskan bahwa hasil nilai F hitung > F tabel dengan hasil 251.963 > 2,705 dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 < 0,05, dan Ho3 di tolak dan Ha3 diterima maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Bunda Mulya Parung Panjang.

#### 4.7 Pembahasan Penelitian

Berdasarkan penelitian hasil pengujian, maka ada beberapa hal yang dapat dibahas dan dijelaskan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

##### 4.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil analisa di atas menjelaskan bahwa hasil nilai t hitung > t tabel dengan hasil 3,221 > 1,662 dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,002 < 0,05 dan Ho1 di tolak dan Ha1 diterima maka dapat disimpulkan terdapat Pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada klinik bunda mulya parung panjang.

Penelitian ini sejalan dengan Nada Dwi Putri (2021) terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dalam hal ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptalah kepuasan pelanggan. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk dan jasa yang diterima, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan benar-benar telah merasa puas, pelanggan akan melakukan pembelian ulang dan pelanggan akan bercerita kepada banyak orang bahwa perusahaan tersebut bagus dan

akan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di tempat yang sama. Maka dari itu, perusahaan dari sekarang harus memikirkan dengan matang betapa pentingnya pelayanan kepada pelanggan melalui kualitas pelayanan. Karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek penting dalam bertahan di dunia bisnis dan memenangkan persaingan. menunjukkan bahwa dengan memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya akan terciptalah kepuasan pelanggan dan pelanggan yang puas akan melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di tempat yang sama Febriani (2017).

#### **4.7.2 Pengaruh Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Berdasarkan hasil analisa di atas menjelaskan bahwa hasil nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel dengan hasil  $1,948 > 1,662$  dan nilai signifikan lebih besar dari  $0,05$  yaitu  $0,046 < 0,05$ , dan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka dapat disimpulkan terdapat Pengaruh antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada klinik bunda mulya parung panjang.

Penelitian ini sejalan dengan Alim, 2021 bahwa lokasi berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan pada usaha Batik Tulis di BUMDes Amartha. lokasi mempengaruhi kepuasan pelanggan karena lokasi yang strategis, mudah diakses, nyaman, dan memiliki fasilitas yang memadai seperti parkir yang cukup.

#### **4.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Berdasarkan hasil analisa di atas menjelaskan bahwa hasil nilai  $f$  hitung  $> f$  tabel dengan hasil  $251.963 > 2,705$  dan nilai signifikan lebih kecil dari  $0,05$  yaitu  $0,000 < 0,05$ , dan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka dapat disimpulkan terdapat Pengaruh antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada klinik bunda mulya parung panjang.

Penelitian ini sejalan dengan Rini Afrianti (2017) Kualitas pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) berpengaruh secara simultan atau secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas pelayanan dan lokasi bisnis memengaruhi kepuasan pelanggan karena lokasi yang strategis meningkatkan aksesibilitas, sementara kualitas pelayanan yang baik, yang mencakup keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, memenuhi ekspektasi pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan dan potensi loyalitas.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai analisis pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Bunda Mulya Parung Panjang maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada klinik bunda mulya parung panjang dengan persamaan regresi  $Y = 7,191 + 0,852 X_1$ . Nilai koefisien determinasi sebesar  $72,3\%$ , uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,221 > 1,662$  Hal ini diperkuat dengan nilai  $p$  value  $< Sig.0,05$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
2. Pengaruh antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada klinik bunda mulya parung panjang dengan persamaan regresi  $Y = 1,744 + 0,959 X_2$ . Nilai koefisien determinasi sebesar  $83,7\%$ , uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $1,948 > 1,662$  Hal ini diperkuat dengan nilai  $p$  value  $< Sig.0,05$ . Dengan demikian maka

H02 ditolak dan H2 diterima. Artinya lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Bunda Mulya Parung Panjang. dengan persamaan regresi  $Y = 1.304 + 0,206 X_1 + 0,770 X_2$ . Nilai koefisien determinasi sebesar 84,7% , uji hipotesis diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $251.963 > 2,705$ , Hal ini diperkuat dengan nilai  $\rho$  value  $< Sig.0,05$ . Dengan demikian maka H0 ditolak dan H3 diterima. Artinya secara simulatan kualitas pelayannya dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **5.1 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan saat ini masih mempunyai banyak kekurangan dan keterbatasan, diantaranya sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui kuesioner, dan jawaban responden mungkin tidak mencerminkan keadaan sebenarnya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya akan lebih komprehensif jika kita menambahkan metode lain yang lebih akurat atau menambahkan variabel lain.
2. Dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Klinik Bunda Mulya Parung Panjang hanya terdiri dari dua variabel yaitu kualitas pelayanan dan lokasi, namun tentunya masih banyak faktor lain yang juga mempengaruhi keputusan pembelian, namun peneliti tidak memasukkan hal tersebut .

### **5.2 Saran**

Berdasarkan pada hasil kesimpulan di atas sebagai hasil penelitian, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian kuisisioner, skor terendah pada variabel kualitas pelayanan adalah yang memuat pernyataan “Staf Klinik Bunda Mulya berpenampilan rapih dan menarik” dengan skor mean 3,88 yaitu skor antara 3,40 hingga 4,19. Termasuk dalam kategori “baik” (B). Oleh karena penampilan staf yang rapi dan menarik memiliki dampak yang signifikan pada kepuasan pelanggan Membangun kepercayaan, Meningkatkan persepsi kualitas, Menunjukkan rasa peduli, Menciptakan suasana positif, Meningkatkan kredibilitas, Secara keseluruhan, penampilan staf yang baik adalah bagian dari pelayanan prima yang dapat meningkatkan loyalitas pasien dan reputasi Klinik Bunda Mulya.
2. Berdasarkan hasil penelitian kuisisioner, skor terendah pada variabel lokasi adalah yang memuat pernyataan “Apakah lokasi Klinik Bunda Mulya mudah dijangkau dari segala arah” dengan skor mean 34,05 yaitu skor antara 3,40 hingga 4,19. Termasuk dalam kategori “baik” (B). Peneliti harus mengkaji ulang terhadap lokasi Klinik Bunda Mulya mudah dijangkau dari segala arah, Anda bisa mempertimbangkan beberapa kriteria umum dan memilih salah satu dari beberapa jenis lokasi yang paling sesuai, terutama tempat parkir, akses transportasi, visibilitas dan tempat parkir memadai serta faktor penting yang perlu dipertimbangkan saat memilih lokasi Klinik Bunda Mulya agar mudah dijangkau dari segala arah dan meningkatkan kepuasan pelanggan
3. Berdasarkan hasil penelitian kuisisioner, skor terendah pada variabel kepuasan pelanggan adalah yang memuat pernyataan “Pelanggan Merasa Puas dan Senang dengan pengalaman mereka berkunjung di Klinik Bunda Mulya ” dengan skor mean yaitu skor antara 3,40 hingga 4,19. Termasuk dalam kategori “baik” (B) Termasuk dalam kategori “Cukup Baik” (CB). Oleh karena perusahaan harus membuat

pelanggan merasa puas dan senang dengan pengalaman mereka di Klinik Bunda Mulya, fokus utama haruslah pada kualitas pelayanane, kenyamanan, dan komunikasi yang efektif. Pelayanan yang Berpusat pada Pasien, Pengalaman yang Nyaman, Optimalisasi Proses Klinik, Tindak Lanjut Pasca-kunjungan, Karyawan yang Bahagia dan Terlatih, dengan adanya peningkatan dari pelayanan maka Klinik Bunda Mulya dapat menciptakan pengalaman yang berkesan, membangun loyalitas pasien, dan meningkatkan reputasinya

4. Penelitian ini belum sempurna dan masih banyak kekurangannya, maka penulis menyarankan agar peneliti yang akan datang sebaiknya menambah atau memasukkan variabel lain yang tidak diperhatikan disini di kemudian hari. Langkah-langkah yang penulis usulkan setidaknya dapat digunakan pada Klinik Bunda Mulya khususnya pada kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada saat berkunjung ke klinik, karena jika hal ini berjalan maksimal maka akan memberikan keuntungan bagi dunia usaha. Kualitas pelayanan dan lokasi menjadi faktor penting bagi keberhasilan perusahaan, khususnya perusahaan seperti Klinik Bunda Mulya”.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aditama, R. A. (2020). Pengantar manajemen. Ae Publishing.(Roni Angger Aditama, 2020)
- Afifah, E., & Wajdi, M. F. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Klinik MMC (Muhammadiyah Medical Center) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).(NASKAH PUBLIKASI, t.t.)
- Algifari. (2015). Analisis Regresi Untuk Bisnis Dan Ekonomi. Yogyakarta: BPEF.
- Alma, B. (2021). *Manajemen Pemasaran & Manajemen Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andi Supangat. (2017). Statistika: dalam kajian Deskriptif, inferensi, dan non parametrik. Jakarta: Prenada Media Group.
- Anfal, A. L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Rumah Sakit Terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Umum Sundari Medan Tahun 2018. *Excellent Midwifery Journal*, 3(2), 1-19.
- Assauri, Sofian. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Direktorat Tenaga Kependidikan Dirjen Peningkatan Mutu Pendidikan dan Tenaga Kerja Kependidikan Depdiknas (2008). *Penulisan Modul*. Jakarta: Depdiknas.
- Armansyah, Armansyah, and Muhammad Nor Jailani. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT ramayana lestari sentosa ciputat." *Jurnal Disrupsi Bisnis: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang* 3.2 (2020): 25-35.
- Basu Swasta,Dharmesta dan Irawan (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta : Liberty.
- Effendy, A. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 1(1), 66-82.
- Fadhillah, I., & Lestari, D. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Poli Jantung di RSUD Al-Islam HM Mawardi Krian Sidoarjo. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 269-278.

- Ghozali, I. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Hasan, S., Diwyarthi, N. D. M. S., Nugroho, H., Santoso, A., Sarjana, S., Afandi, A., ... & Tarigan, B. A. (2022). Pengantar Manajemen.
- Hasibuan, M. S. P. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi Cetakan ke-23. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Hermawan, H, B. E., & Hamzah, F. (2018). *Pengantar Manajemen Hospitality*. Pekalongan: Nasya Expanding Management (NEM).
- [https://books.google.co.id/books?id=ovp7EAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tujuan+manajemen+menurut+para+ahli&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=0&source=gb\\_mobile\\_search&ovdme=1&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=tujuan%20manajemen%20menurut%20para%20ahli&f=false](https://books.google.co.id/books?id=ovp7EAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tujuan+manajemen+menurut+para+ahli&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=tujuan%20manajemen%20menurut%20para%20ahli&f=false)
- [https://books.google.co.id/books?id=uocFEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=manajemen&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=0&source=gb\\_mobile\\_search&ovdme=1&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=manajemen&f=false](https://books.google.co.id/books?id=uocFEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=manajemen&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=manajemen&f=false)
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Konsumen*. Surabaya: Unitomo Press.
- Istijanto. (2017). *Riset Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*, Cetakan Ketujuh. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P dan Kevin Lane Keller, (2020). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip And Armstrong, & Gary. (2013). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Edisi 13 Alih Bahasa Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Armstrong. (2017). *Pemasaran, Edisi Pertama. Salemba Empat*. Jakarta.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Meutia, R., & Andiny, P. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pasien Puskesmas Langsa Lama. Niagawan, 8(2), 121.
- Prianto, Joko, and Retno Wulansari. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap Tamu di Hotel Kristal Jakarta." *Jurnal Ilmiah Feasible: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi* 3.1 (2021): 31-40.
- Santosa. S. (2015). *Menguasai Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarinah., & Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Satriadi., dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Sholikah, I., Safitri, U. R., & Tjiptono, A. F. A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada konsumen Paras Snack Di Kabupaten Boyolali Tahun 2019). *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(2), 41–48. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i2.47>
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Cetakan pertama. Jakarta : Lentera Ilmu Cendekia.
- Sudjana. (2014). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsido.
- Sugiyanto, & Haryoko, U. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan: Yayasan Pendidikan dan Sosial. (YPSIM).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetak ke 23. Jawa Barat. Alfabeta.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KLINIK  
BUNDA MULYA PARUNG PANJANG**

- Sugiyono. (2017), *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan metode R & D*, Bandung : Alfabeta.
- 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.
- Syah, Arman, and Angga Pratama. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Holland Bakery Pamulang)." *JGK (Jurnal Guru Kita)* 4.3 (2020): 11-19.
- Tjiptono Fandy. (2020). *Strategi Pemasaran: dan Prinsip Penerapan*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan* . Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Andi Offset. Yogyakarta. Yulianti, f., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deeppublish.(313-Article Text-2092-1-10-20230414, t.t.)