



# PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MONEY CHANGER PT ROYAL VALUTAMAS NIAGATAMA DI CIBUBUR

Anton<sup>1</sup>

[Antn315@gmail.com](mailto:Antn315@gmail.com)

Tumpal J.R Sitinjak Ir., M.M.,<sup>2</sup>

[Tumpal.janji@kwikkiangie.ac.id](mailto:Tumpal.janji@kwikkiangie.ac.id)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## Abstrak

Perdagangan internasional terus berkembang dari tahun ke tahun, untuk dapat mengimbangi perdagangan internasional dan juga pendapatan untuk Indonesia, maka *money changer* harus ada. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan *money changer* PT Royal Valutamas Niagatama di Cibubur dan juga untuk mengetahui kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *money changer* PT Royal Valutamas Niagatama di Cibubur. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah lokasi, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi 2, yaitu variabel independen dan juga variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu lokasi dan kualitas layanan, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan. Objek penelitian ini adalah pelanggan *money changer* PT Royal Valutamas Niagatama. Peneliti mengumpulkan data kuesioner menggunakan google form, penarikan sampel dengan cara *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. *Output* yang dihasilkan dalam penelitian ini yaitu bahwa lokasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa responden menilai variabel lokasi dan kualitas layanan sudah sangat baik. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu bahwa variabel lokasi dan kualitas layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *money changer* PT Royal Valutamas Niagatama di Cibubur

Kata kunci: Lokasi, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan



## 1. PENDAHULUAN

Perdagangan internasional semakin meningkat dan memberikan banyak dampak positif bagi setiap Negara yang bekerja sama dengan Negara lain untuk ekspor dan impor. Dampak ini tidak hanya untuk sektor pemerintahan, namun warga Negara juga terkena dampak baiknya. Dimulai dari mempercepat pertumbuhan ekonomi yang mendorong pertumbuhan ekonomi Negara melalui ekspor dan impor, akan memberikan dampak positif yang berdampak untuk membuat erat hubungan antarnegara, dengan adanya hubungan yang baik ini tidak hanya sector perdagangan yang diuntungkan, ini akan merambah ke sector lain juga untuk menumbuhkan perekonomian Negara, yang kemungkinan akan menimbulkan kerja sama antarnegara di bidang seperti politik, budaya, militer, pendidikan, maupun teknologi. Selain itu dengan adanya perdagangan internasional akan memberikan dampak yang baik pula terhadap devisa Negara, yang didapat dari membeli suatu produk dari suatu Negara, dengan bentuk mata uang asing seperti dollar, euro, yen, dan macam-macam mata uang dari Negara lainnya.

Pada umumnya perdagangan valuta asing dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu pedagang valuta asing bank, dan pedagang valuta asing bukan bank. Pedagang valuta asing bank adalah bank umum bukan bank devisa yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan/atau berdasarkan prinsip syariah, bank perkreditan rakyat, dan bank perkreditan rakyat syariah yang melakukan kegiatan usaha jual beli uang kertas asing yang telah memenuhi ketentuan dan persyaratan dalam peraturan Bank Indonesia ini. Pedagang valuta asing bukan bank atau biasa disebut dengan *money changer* atau perseroan terbatas bukan bank dengan tujuan adalah melakukan kegiatan usaha jual beli uang kertas asing dan pembelian *travel cheque* yang telah memenuhi ketentuan dan persyaratan dalam peraturan Bank Indonesia ini, di mana individu-individu, atau perusahaan multinasional dan kalangan perbankan akan mengadakan jual-beli berbagai mata uang asing dari berbagai Negara.

Suatu bangsa akan memerlukan mata uang asing jika melakukan transaksi dengan Negara lainnya. Kegiatan perdagangan internasional dilakukan antara dua Negara atau lebih tidak semudah melakukan perdagangan yang dilakukan dalam satu Negara. Hal ini karena aktivitas perdagangan internasional selalu menggunakan mata yang berbeda, sesuai dengan Negara domestic, sebagai contoh Negara Indonesia melakukan transaksi dengan Amerika Serikat, pengimpor maupun pengespor Indonesia harus membeli USD untuk membeli barang-barang dari Amerika sebaliknya pengimpor Amerika harus membeli rupiah untuk dapat menyelesaikan pembayaran terhadap barang yang dibelinya di Indonesia.

Dengan kebutuhan uang asing ini akan menimbulkan persoalan yaitu menentukan seberapa besar nilai tukar dari mata uang satu Negara terhadap mata uang Negara lain, adapun yang menjadi obyek penelitian ini adalah perusahaan PT. Royal Valutamas Niagatama, yakni perusahaan yang bergerak dibidang jasa jual-beli mata uang asing atau yang biasa disebut *money changer*.

Lokasi *money changer* sangat berpengaruh terhadap keputusan menukarkan mata uang asing karena, konsumen akan mempertimbangkan beberapa hal yang berkaitan dengan jarak dari rumah ke lokasi *money changer*, sarana transportasi yang tersedia dan lingkungan sekitar yang nyaman dan aman. Keuntungan yang terjadi pada PT Royal Valutamas Niagatama adalah lokasi *money changer* tersebut berada di dalam mall Cibubur Junction dan menjadi satu-satunya *money changer* di mall tersebut, sehingga masyarakat yang dapat merasa aman dan nyaman saat bertransaksi.

Selain lokasi, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena sebagai konsumen berharap untuk mendapatkan kualitas layanan yang sesuai dengan harapan mereka,



sehingga tidak adanya pihak yang dikecewakan. Kualitas layanan juga merupakan factor yang menentukan keunggulan perusahaan dalam menghadapi persaingan antar perusahaan yang ada.

Dibalik lokasi dan kualitas layanan, tentunya kepuasan pelanggan sangat penting karena kepuasan merupakan cerminan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya dalam kaitannya dengan ekspetasi (Kotler dan Keller 2017:178).

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. LANDASAN TEORI

#### 2.1.1. Lokasi

Menurut Kasmir (2016:140), lokasi merupakan tempat melayani pelanggan dan dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan produknya. Pelanggan dapat melihat langsung barang yang diproduksi atau dijual baik jenis, jumlah maupun harganya. Dengan demikian pelanggan dapat lebih mudah memilih dan berinteraksi atau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.

Lokasi menurut Tjiptono (2015:345) lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Lokasi fisik fasilitas-fasilitas bisnis dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap kesuksesan sebuah perusahaan.

#### 2.1.2. Kualitas layanan

Kualitas adalah nilai yang diberikan dari konsumen kepada suatu perusahaan. Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2016:125), kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan. Sama seperti yang telah diungkapkan oleh Tjiptono (2012:260), kualitas layanan itu sendiri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan berpusat untuk mengimbangi harapan pelanggan. Layanan di sini adalah segala bentuk layanan yang diberikan oleh penyedia layanan selama konsumen tersebut berada di tempat tersebut.

#### 2.1.3. Kepuasan pelanggan

Menurut Kotler et al. (2020:15) dalam buku *principles of Marketing*, menyatakan makna kepuasan pelanggan yakni sejauh mana perasaan kecewa maupun senang yang ditimbulkan oleh konsumen terhadap kinerja produk yang digunakan atau dirasakan sesuai dengan harapan mereka sebagai pembeli.

Menurut Fatihudin dan Firmansyah dalam buku *Manajemen Pemasaran Jasa* (2019:157), definisi kepuasan pelanggan merupakan pengukuran atau indikator yang sangat penting dalam mencapai keberhasilan sebuah perusahaan karena hal ini menentukan seberapa besar tingkat perasaan kecewa atau senang yang ditimbulkan oleh pelanggan terhadap produk yang diperoleh.



## 2.2. HIPOTESIS

**H1** : Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

**H2** : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1. OBJEK PENELITIAN

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah sebuah perusahaan yang melakukan jual beli mata uang asing atau disebut dengan *money changer* yaitu PT. Royal Valutamas Niagatama.

### 3.2. DESAIN PENELITIAN

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian  
Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan pengujian hipotesis dan kemudian diharuskan untuk menjawab pertanyaan yang diberikan oleh peneliti yang telah dikemukakan sehingga penelitian ini termasuk dalam studi formal.
2. Metode Pengumpulan Data  
Metode yang dikumpulkan di dalam penelitian ini menggunakan studi komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner elektronik melalui *Google forms* yang berisikan beberapa pertanyaan kepada responden dan kemudian mengumpulkan respon dari mereka.
3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel  
Desain *ex post facto* digunakan dalam penelitian ini dimana desain tersebut menjadikan penelitian tidak mempunyai control variabel-variabel yang berarti peneliti sulit dan tidak bisa memanipulasi variabel.
4. Tujuan Studi  
Penelitian ini berfokus pada bagaimana satu variabel menyebabkan perubahan terhadap variabel lainnya sehingga penelitian ini dapat disebut penelitian kausal eksplanatori.
5. Dimensi Waktu  
*Cross sectional study* digunakan dalam penelitian ini karena penelitian ini dilakukan satu kali dengan menyediakan potret dari sebuah kejadian dalam satu waktu.
6. Cakupan Topik  
Studi statistic digunakan dalam penelitian ini karena desainnya untuk mencakup yang lebih luas. Tujuan studi ini yaitu untuk membuat kesimpulan dari karakteristik sampel dan hipotesis yang akan diuji secara kuantitatif.
7. Lingkungan Penelitian  
Dalam penelitian penyebaran dilakukan melalui kuesioner kepada pra-responden sehingga penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan yang actual
8. Kesadaran persepsi partisipan  
Hasil dari penelitian dipengaruhi oleh kesadaran persepsi responden pada saat mengisi kuesioner



### 3.3. TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL

Pengambilan sampel ini menggunakan teknik non-probability sampling yaitu dengan pendekatan purposive sampling, sampel yang terdapat 100 responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui media google form kepada responden dengan pertanyaan mengenai lokasi, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan money changer di Cibubur

### 3.4. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode dengan cara : Kuesioner dengan menyebarkan link google form kepada responden dan mengisi secara online

### 3.5. TEKNIK ANALISIS DATA

Setelah terkumpul responden, maka langkah berikutnya adalah pengolahan data yang bersumber dari kuesioner. Data dari kuesioner data yang harus diolah agar menjadi informasi yang berguna bagi penelitian. Untuk menganalisis data dan mengukur seberapa besar pengaruh lokasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Penulis menggunakan program IBM SPSS 25.0 untuk mengolah data yang telah diperoleh melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan penulis untuk mempermudah proses pengolahan data antara lain:

1. **Evaluasi Model Pengukuran**
  - a. **Uji Validitas**
  - b. **Uji Reliabilitas**
2. **Uji statistic deskriptif**
  - a. Rata-rata hitung (mean)
  - b. Rentang skala
3. **Uji statistic data**
  - a. **Analisis linier ganda**
  - b. **Estimasi regresi linier ganda**
4. **Uji asumsi klasik**
  - a. **Uji normalitas**
  - b. **Uji heteroskedasitas**
  - c. **Uji multikolinearitas**
5. **Uji Hipotesis**
  - a. **Uji F**
  - b. **Uji t**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



#### 4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

##### 4.1. EVALUASI MODEL PENGUKURAN

###### 4.1.1. Uji validitas dan reliabilitas

Tabel 4. 1 Hasil uji Validitas dan Reliabilitas

| Variabel               | Indikator   | $r_{hitung}$ | Validitas   | Cronbach alpha | Reliabilitas |
|------------------------|---|--------------|-------------|----------------|--------------|
| Lokasi (X1)            | PT Royal Valutamas Niagatama mudah dijangkau  | 0,375        | Valid       | 0,658          | Reliabel     |
|                        | Perjalanan menuju PT Royal Valutamas Niagatama dapat dijangkau dengan lancar                            | 0,506        | Valid       |                |              |
|                        | PT Royal Valutamas Niagatama memiliki petunjuk lokasi yang memudahkan saya                              | <0,361       | Tidak Valid |                |              |
|                        | Bertransaksi pada PT Royal Valutamas Niagatama sangat kondusif dan nyaman                               | <0,361       | Tidak Valid |                |              |
| Kualitas Layanan (X2)  | PT Royal Valutamas Niagatama memiliki kantor layanan yang nyaman  | <0,361       | Tidak Valid | 0,728          | Reliabel     |
|                        | PT Royal Valutamas Niagatama memberikan layanan yang baik secara konsisten                              | 0,451        | Valid       |                |              |
|                        | PT Royal Valutamas Niagatama secara cepat dapat memenuhi kebutuhan saya                                 | 0,594        | Valid       |                |              |
|                        | PT Royal Valutamas Niagatama selalu memberikan jaminan harga kurs yang kompetitif                       | 0,469        | Valid       |                |              |
|                        | Saya merasa aman saat melakukan transaksi jual beli mata uang asing dengan PT Royal Valutamas Niagatama | 0,565        | Valid       |                |              |
|                        | PT Royal Valutamas Niagatama mau membantu pelanggan dengan baik   | <0,361       | Tidak Valid |                |              |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | Merasa bangga setelah melakukan transaksi dengan PT Royal Valutamas Niagatama                           | 0,490        | Valid       | 0,752          | Reliabel     |
|                        | PT Royal Valutamas Niagatama memenuhi segala kebutuhan saya atas jasa yang diberikan                    | 0,620        | Valid       |                |              |
|                        | Tarif kurs yang diberikan PT Royal Valutamas Niagatama sesuai dengan yang diharapkan                    | 0,564        | Valid       |                |              |

Hak cipta milik IBI KIG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.

a. Pengutipan harus mencantumkan dan menyebutkan sumber: penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKIG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKIG.



|  |  |              |              |  |  |
|--|--|--------------|--------------|--|--|
|  | PT Royal Valutamas Niagatama memberikan kemudahan dalam bertransaksi | <b>0,517</b> | <b>Valid</b> |  |  |
|--|--|--------------|--------------|--|--|

Sumber : Lampiran 3 – 5

## 4.2. ANALISIS DESKRIPTIF

### 4.2.1. Mean

Tabel 4. 2 Rerata tertimbang, selang kepercayaan 95% dan kategori variabel lokasi (X1)

| Indikator  | Rata-rata   | Selang kepercayaan 95% untuk rata-rata |             | kategori             |
|--|-------------|--|-------------|----------------------|
|  |             | Batas bawah                            | Batas atas  |                      |
| PT Royal Valutamas Niagatama mudah dijangkau                                 | 3,82        | 3,74                                   | 3,90        | Sangat Setuju        |
| Perjalanan menuju PT Royal Valutamas Niagatama dapat dijangkau dengan lancar | 3,62        | 3,51                                   | 3,73        | Sangat Setuju        |
| <b>Lokasi</b>  | <b>3,72</b> | <b>3,64</b>                            | <b>3,80</b> | <b>Sangat Setuju</b> |

Sumber : Lampiran 8

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa lokasi dari *money changer* PT Royal Valutamas Niagatama mudah dijangkau dengan skor rata-rata sebesar 3,82 dan juga perjalanan menuju PT Royal Valutamas niagatama dapat dijangkau dengan lancar dengan skor rata-rata 3,62.

Sehingga dapat diketahui lokasi pada *money changer* PT Royal Valutamas Niagatama strategis berbanding lurus dengan hasil dari rata-rata indicator sebesar 3,72.

Tabel 4. 3 Rerata tertimbang dan selang kepercayaan 95% variabel kualitas layanan X2

| Indikator   | Rata-rata | Selang kepercayaan 95% untuk rata-rata |            | kategori      |
|---|-----------|--|------------|---------------|
|   |           | Batas bawah                            | Batas atas |               |
| PT Royal Valutamas Niagatama memberikan layanan yang baik secara konsisten        | 3,54      | 3,41                                   | 3,67       | Sangat Setuju |
| PT Royal Valutamas Niagatama secara cepat dapat memenuhi kebutuhan saya           | 3,41      | 3,29                                   | 3,52       | Sangat Setuju |
| PT Royal Valutamas Niagatama selalu memberikan jaminan harga kurs yang kompetitif | 3,48      | 3,38                                   | 3,58       | Sangat Setuju |

|   |             |             |             |                      |
|---|-------------|-------------|-------------|----------------------|
| Saya merasa aman saat melakukan transaksi jual beli mata uang asing dengan PT Royal Valutamas Niagatama | 3,62        | 3,52        | 3,72        | Sangat Setuju        |
| <b>Kualitas Layanan</b>   | <b>3,51</b> | <b>3,44</b> | <b>3,58</b> | <b>Sangat Setuju</b> |

Sumber : Lampiran 9

Pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa kualitas layanan dari *money changer* PT Royal Valutamas Niagatama berada pada rentang yang sangat baik dengan nilai skor rata-rata sebesar 3,51. Berdasarkan nilai tersebut menunjukkan responden sangat setuju bahwa kualitas layanan PT Royal Valutamas Niagatama sangat baik dalam layanan. Nilai rata-rata tertinggi responden terdapat pada indicator ke-4 dengan nilai 3,62 yaitu merasa aman saat melakukan transaksi jual beli mata uang asing pada PT Royal Valutamas Niagatama

**Tabel 4.4** Rerata tertimbang dan selang kepercayaan 95% variabel kepuasan pelanggan

(Y)

| Indicator  | Rata-rata   | Selang kepercayaan 95% untuk rata-rata |             | kategori             |
|--|-------------|--|-------------|----------------------|
|  |             | Batas bawah                            | Batas atas  |                      |
| Merasa bangga setelah melakukan transaksi dengan PT Royal Valutamas Niagatama        | 3,32        | 3,21                                   | 3,43        | Sangat Setuju        |
| PT Royal Valutamas Niagatama memenuhi segala kebutuhan saya atas jasa yang diberikan | 3,74        | 3,64                                   | 3,84        | Sangat Setuju        |
| Tarif kurs yang diberikan PT Royal Valutamas Niagatama sesuai dengan yang diharapkan | 3,59        | 3,48                                   | 3,70        | Sangat Setuju        |
| PT Royal Valutamas Niagatama memberikan kemudahan dalam bertransaksi                 | 3,65        | 3,55                                   | 3,75        | Sangat Setuju        |
| <b>Kepuasan Pelanggan</b>  | <b>3,58</b> | <b>3,50</b>                            | <b>3,65</b> | <b>Sangat Setuju</b> |

Sumber : Lampiran 10

Pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dari *money changer* PT Royal Valutamas Niagatama berada pada rentang yang sangat baik dengan nilai sebesar 3,58. Berdasarkan nilai tersebut menunjukkan responden sangat setuju bahwa kepuasan pelanggan sangat puas. Nilai rata-rata tertinggi responden terdapat pada indicator 2 dengan nilai 3,74 yaitu PT Royal Valutamas Niagatama memenuhi segala kebutuhan sesuai dengan yang diharapkan.



### 4.3. ANALISIS REGRESI

Tabel 4. 5 Hasil uji linier berganda

| Variabel              | Koefisien Regresi |
|-----------------------|-------------------|
| Konstanta             | -0,006            |
| Lokasi (X1)           | 0,155             |
| Kualitas Layanan (X2) | 0,395             |

Pada tabel 4.8, diatas dijelaskan tentang persamaan regresi ganda pada penelitian ini. adapun rumus persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

dimana estimasi persamaan dari regresi ganda pada penelitian ini adalah

$$\hat{Y} = -0,006 + 0,155X_1 + 0,395X_2$$

### 4.4. ANALISIS ASUMSI KLASIK

Tabel 4. 6 Uji Normalitas, Heteroskedasitas, dan Multikolinearitas

| Asumsi                   | Variabel Bebas               | VIF          | Sig.         | Keterangan                  |
|--------------------------|------------------------------|--------------|--------------|-----------------------------|
| <b>Normalitas</b>        |                              |              | <b>0,516</b> | <b>Berdistribusi normal</b> |
| <b>Heteroskedasitas</b>  | <b>Lokasi (X1)</b>           |              | <b>0,277</b> | <b>Tidak terjadi</b>        |
|                          | <b>Kualitas Layanan (X2)</b> |              | <b>0,795</b> | <b>Heteroskedasitas</b>     |
| <b>Multikolinearitas</b> | <b>Lokasi (X1)</b>           | <b>1,038</b> |              | <b>Tidak Terdapat</b>       |
|                          | <b>Kualitas Layanan (X2)</b> | <b>1,038</b> |              | <b>Multikolinearitas</b>    |

Sumber : 11 – 13

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji normalitas diatas, nilai probabilitas (sig.) dalam tabel yaitu sebesar 0,516 > 0,050. Sehingga, dapat dikatakan bahwa residual berdistribusi normal.

Berdasarkan tabel 4.9, dapat dilihat bahwa nilai sig. dari variabel lokasi (X1) dan variabel kualitas layanan (X2) berada pada sig 0,277 dan 0,795 yang berarti tidak terjadi heteroskedasitas.

Berdasarkan hasil dari tabel 4.9, dapat diketahui bahwa tidak terdapat multikolinearitas, karena nilai VIF dari variabel lokasi dan kualitas layanan sebesar 1,038 < 10,00.

### 4.5. ANALISIS HIPOTESIS

#### 4.5.1. Uji F

Tabel 4. 7 Hasil Uji F

| F      | Sig.F              |
|--------|--------------------|
| 12,136 | 0,000 <sup>b</sup> |

sumber: lampiran 14

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menyebutkan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



#### 4.5.2. Uji t

Berdasarkan hasil tabel 4.10, diketahui nilai signifikansi (Sig.) adalah sebesar  $0,000... < 0,05$  maka dapat diketahui model persamaan regresi sesuai dan layak digunakan pada penelitian ini.

**Tabel 4. 8 Hasil uji t**

| Variabel              | Koefisien regresi | Sig.     | Koefisien Regresi Beta |
|-----------------------|-------------------|----------|------------------------|
| Konstanta             |                   | 0,000    |                        |
| Lokasi (X1)           | 0,155             | 0,0185   | 0,192                  |
| Kualitas Layanan (X2) | 0,395             | 0,000... | 0,416                  |

Sumber : lampiran 11

Berdasarkan tabel 4.11, pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut:

- a. Pengujian Lokasi (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)
  - $H_0 : \beta_1 = 0$  artinya lokasi tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
  - $H_a : \beta_1 > 0$  artinya lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah lokasi (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). berdasarkan tabel 4.14, diketahui nilai signifikansi (sig.) variabel lokasi (X1) adalah sebesar  $0,0185 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan antara lokasi (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
- b. Pengujian kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)
  - $H_0 : \beta_2 = 0$  artinya lokasi tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
  - $H_a : \beta_2 > 0$  artinya lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah lokasi (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). berdasarkan tabel 4.11, diketahui nilai signifikansi (sig.) variabel kualitas layanan (X2) adalah sebesar  $0,000... < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan antara kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 4.6. PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Lokasi (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan data yang sudah dipaparkan diatas, berdasarkan uji validitas dan reliabilitas, dapat dilihat bahwa butir pernyataan pada indicator lokasi hanya terdapat 2 butir pernyataan dari 4 butir pernyataan, dengan diiringi oleh uji reliabilitas yang dilakukan, data yang didapat berdasarkan uji reliabilitas adalah sebesar 0,658, dimana dalam penentuan pengambilan keputusan yaitu jika nilai *cronbach alpha* > 0,060. Maka variabel lokasi dapat dikatakan reliable.

Begitupula dengan indicator kepuasan pelanggan (Y), berdasarkan uji validitas dan normalitas, berdasarkan uji validitas yang peneliti lakukan, didapatkan bahwa semua butir pernyataan pada indicator kepuasan pelanggan memiliki keterangan valid, begitu pula juga dengan uji reliabilitas, dengan skor *cronbach* 0,752 > 0,0600.

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, peneliti melanjutkan dengan analisa deskriptif, dimana analisa deskriptif ini, peneliti meneliti dengan tujuan untuk gambaran pusat, penyebaran, bentuk distribusi data, dan untuk mendeksripsikan suatu data dengan data yang diperlukan adalah mean dan juga rentang skala. Dimana dalam analisa deskriptif ini, peneliti mendapatkan data bahwa variabel lokasi memiliki rata-rata sebesar 3,72. Sehingga diketahui hasil dari 100 responden, sangat setuju bahwa lokasi PT Royal Valutamas Niagatama sangat berpengaruh.

Begitupula juga dengan hasil yang didapat pada saat penelitian indicator kepuasan pelanggan dengan rata-rata sebesar 3,57 yang juga menunjukkan bahwa responden sangat setuju terhadap kepuasan pelanggan PT Royal Valutamas Niagatama.

Pada akhir penelitian, peneliti melakukan uji T dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen dengan kesimpulan variabel lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### 2. Pengaruh Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan data yang sudah dipaparkan diatas, berdasarkan uji validitas dan reliabilitas, dapat dilihat bahwa butir pernyataan pada indicator kualitas layanan hanya terdapat 4 butir pernyataan saja yang valid dari 6 butir pernyataan. Kemudian dilanjutkan dengan uji reliabilitas yang didapat dengan hasil *cronbach* 0,728 > 0,0500, sehingga disimpulkan bahwa indicator kualitas layanan reliable.

Dengan hasil validitas dan reliabilitas yang peneliti akan melanjutkan dengan analisis deskriptif, dan dapat dilihat bahwa hasil dari rata-rata indicator kualitas layanan adalah sebesar 3,62 sehingga memiliki keterangan bahwa responden sangat setuju bahwa kualitas layanan berpengaruh positif.

Uji hipotesis (uji t dan uji F) merupakan uji yang terakhir yang dilakukan peneliti, dengan memberikan kesimpulan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 5. KESIMPULAN

### 5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang sudah dijelaskan diatas, peneliti dapat mengambil kesimpulan secara singkat mengenai dampak lokasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *money changer* PT Royal Valutamas Niagatama di Cibubur yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis menggunakan software SPSS versi 25 pada uji t diketahui bahwa signifikansi variabel lokasi (X1) adalah sebesar  $0,025 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh positif dan significant terhadap kepuasan pelanggan
2. Diketahui juga berdasarkan uji t pada variabel kualitas layanan (X2) bahwa nilai signifikansi dari variabel X2 sebesar  $0,00 < 0,05$  sehingga memberikan kesimpulan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

### 5.2. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti dapat menyatakan hal-hal berikut sebagai saran dengan harapan dapat memberikan masukan kepada pihak-pihak terkait, yaitu:

1. Bagi PT Royal Valutamas Niagatama :
  - a. Diketahui bahwa lokasi berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat peneliti sarankan jika PT Royal Valutamas Niagatama berniat untuk menambah cabang, maka hal-hal yang perlu diperhatikan yaitu seperti lokasi yang mudah untuk dijangkau, dan *money changer* yang dapat dijangkau dengan lancar.
  - b. Selain itu, membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *money changer* PT Royal Valutamas Niagatama, oleh sebab itu peneliti memberikan saran kepada PT Royal Valutamas Niagatama agar dapat menjaga dan meningkatkan kualitas layanan serta keamanan dalam bertransaksi. Sesuai dengan hasil penelitian pada analisis deskriptif, diketahui bahwa pada hasil analisa deksriptif yang dilakukan yakni pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi jual beli mata uang asing dengan skor rerata 3,62.
2. Bagi Peneliti selanjutnya :  
 Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti harga, promosi, iklan dan factor-faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti, agar penelitian selanjutnya dapat mencakup variabel yang lebih luas dan bermanfaat serta berguna.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

### BUKU:

- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran jasa Bw*. Deepublish.
- Kasmir. (2016). *Manajemen sumber daya manusia (teori dan praktik)*. RajaGrafindo.
- Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson.



Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (8th ed.). Global Edition.

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.

Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2012). *Service management : Mewujudkan layanan prima* (2nd ed.). Andi Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. CV Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, Satisfaction* (4th ed.). CV Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. CV Andi Offset.

## JURNAL

Afridola, S., & Desrianto. (2020). Pengaruh Lokasi dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Town Bakery Di Kota Batam. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, Vol 8, No 1*.

Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT TOI. *Jurnal Ekonomi, Vol 7, No 2*.

Anshar, A. (2019). Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Gunung Anyar Surabaya. *Journal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol. 8, No 4*.

Rompis, J. J. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus PT. BIT Money changer).

Lie, D., Butarbutar, M., Simatupang, S., Efendi, Damanik, H. A., & Silaen, M. F. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kopi Baravi Pemantangsiantar. *Strategic: Journal of Management Sciences, Volume 2, Nomor 2*.

Arief, A. R. A. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Uniqlo Online Store).

Felicia, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan KFC Kelapa Gading.

**PERSETUJUAN RESUME**  
**KARYA AKHIR MAHASISWA**

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : ANTON

NIM : 77190203

Tanggal Sidang : 15 April 2023

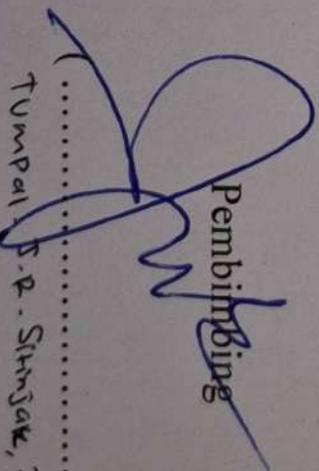
Judul Karya Akhir : Pengaruh Luasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan

Pelanggan Money changer di Cibubur

Jakarta, 3 / Mei 20 23

Mahasiswa/I

(ANTON)

  
Pembimbing  
(TUMPAL S.P. Singsak, I.C., M.M.)

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

