

”Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Mitra Sejati”

Boby Sianturi, Verina Astria br Ginting, Loviga Emia br Karo

Program studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada rumah sakit mitra sejati dengan mengambil variabel independen kualitas pelayanan, harga, dan lokasi dengan variabel dependen kepuasan konsumen. Dengan metode kuantitatif, menurut Sugiyono (2018;13) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkret), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Maka dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa kualitas pelayanan, harga, lokasi berpengaruh positif dan signifikan dengan dibuktikan uji t nilai Sig untuk mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar $0.014 < 0,05$ dan nilai Thitung $2.508 > T_{tabel} 1.981$. Nilai Sig untuk mempengaruhi harga terhadap kepuasan konsumen sebesar $0,013 < 0,05$ dan nilai Thitung $2.527 > T_{tabel} 1.981$. Nilai Sig untuk mempengaruhi lokasi terhadap kepuasan konsumen sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai Thitung $3.439 > T_{tabel} 1.981$. Dan pada uji f nilai Fhitung 8.506 lebih besar $>$ dari Ftabel 2.68 hal ini berindikasi bahwa hasil penelitian menerima H_4 Yang berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi, secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, harga, lokasi, kepuasan konsumen.

ABSTRACT

This research was conducted at a true partner hospital by taking the independent variables of service quality, price, and location with the dependent variable of customer satisfaction. With the quantitative method, according to Sugiyono (2018; 13) quantitative data is a research method that is based on positivistic (concrete data), research data is in the form of numbers that will be measured using statistics as a counting test tool, related to the problem being researched to produce a conclusion. So from the results of this study it was found that service quality, price, location had a positive and significant effect as proven by the Sig value t test to influence service quality on customer satisfaction of $0.014 < 0.05$ and Tcount value $2.508 > T_{table} 1.981$. The Sig value for influencing prices on consumer satisfaction is $0.013 < 0.05$ and the Tcount value is $2,527 > T_{table} 1,981$. The Sig value for influencing location on consumer satisfaction is $0.001 < 0.05$ and the Tcount value is $3,439 > T_{table} 1,981$. And in the f test, the value of Fcount 8.506 is greater than $F_{table} 2.68$. This indicates that the results of the study accept H_4 , which means that there is an influence of service quality, price and location simultaneously on customer satisfaction.

Keywords: service quality, price, location, customer satisfaction.