

Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pemancingan Galatama Di Kota Tangerang (Studi Kasus Di 4 Pemancingan Galatama Kota Tangerang)

Ogi Setiawan¹⁾¹

Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾ogisetiawan@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Abstrak

Terima September 2023;
Perbaikan September 2023;
Diterima September 2023;
Tersedia online Oktober 2023

Harga
Lokasi
Fasilitas
Kepuasan Pelanggan

Dalam perkembangan zaman sekarang ini banyak sekali orang yang membutuhkan sarana hiburan yang murah, maka dari itu diperlukan suatu kegiatan yang dapat menanggulangi kebutuhan sarana hiburan yang murah, salah satu kegiatan yang dapat dilakukan untuk menjadi sarana hiburan yang murah yaitu dengan memancing, peluang ini cukup menjanjikan karena banyaknya orang yang ingin mencari kegiatan hiburan, semakin banyaknya usaha kolam pemancingan ikan patin sejenis maka harus diperlukan sebuah pengelolaan usaha yang baik sehingga bertujuan untuk memajukan usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris tentang Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel independen yang digunakan adalah Harga, Lokasi dan Fasilitas. Sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah Kepuasan Pelanggan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 konsumen yang berada pada PEMANCINGAN GALATAMA DI KOTA TANGERANG.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa : (1), Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan tingkat signifikansi 0,000. (2), Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan tingkat signifikansi 0,000. (3), Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan tingkat signifikansi 0,001. (4), Harga, Lokasi dan Fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dengan tingkat signifikansi 0,000.

I. PENDAHULUAN

Pemancingan merupakan tempat untuk memancing (fishing), adalah sesuatu aktivitas untuk menangkap ikan ataupun aktivitas dipinggir dan di tengah danau, laut, sungai serta perairan lain dengan sasaran seekor ikan. Memancing pula dibedakan menjadi 2 buruannya yaitu memancing ikan air tawar dan memancing ikan air laut. Indonesia ialah negara kedua yang diketahui dengan keanekaragaman hayatinya. salah satu keanekaragaman hayatinya adalah di dibidang perikanan. Sebanyak 2000 spesies ikan ada di perairan Indonesia dengan bermacam-macam tipe ikan seperti ikan air tawar, ikan air laut, ikan air payau, dll.

Kegiatan memancing di Indonesia berkembang dengan pesat, terbukti dengan makin banyak orang yang mempunyai hobi memancing. Para pemancing mempunyai cara tersendiri untuk memburu ikan yang menjadi targetnya, antara lain menggunakan cara tradisional yaitu memancing dengan menggunakan stick/joran pancing dari bahan ranting pohon atau bambu yang diberi ikatan tali senar pada ujungnya yang mempunyai ukuran lebih kecil pada ujung senar pancing diberikan mata kail untuk mengaitkan umpan untuk memancing. Dalam perkembangan zaman sekarang ini banyak sekali orang yang membutuhkan sarana hiburan yang murah, maka dari itu diperlukan suatu kegiatan yang dapat menanggulangi kebutuhan sarana hiburan yang murah, yakni salah satunya dengan melakukan kegiatan, salah satu kegiatan yang dapat dilakukan untuk menjadi sarana hiburan yang

mudah yaitu dengan memancing, Salah satu jenisnya yaitu dengan melakukan kegiatan di kolam pemancingan ikan patin.

Peluang usaha kolam pemancingan ini cukup menjanjikan karena banyaknya orang yang ingin mencari kegiatan hiburan. Semakin banyaknya usaha kolam pemancingan ikan patin sejenis maka harus diperlukan sebuah pengelolaan usaha yang baik sehingga bertujuan untuk memajukan usaha kolam pemancingan ikan patin tersebut, proses menganalisis usaha tersebut juga diperlukan untuk mengetahui kunci-kunci keberhasilan dalam melakukan kegiatan usaha. Kunci keberhasilan dalam melakukan suatu kegiatan usaha dalam hal ini usaha kolam pemancingan ikan patin, salah satunya yaitu dapat memanfaatkan peluang yang timbul akan perlunya suatu kegiatan yang menghibur. Oleh karena itu peluang usaha kolam pemancingan ikan patin dapat menjanjikan dan juga kunci keberhasilan dalam melakukan suatu kegiatan usaha yaitu memiliki ketekunan dikarenakan dengan ketekunan akan membuat usaha dapat bertahan, dan tak lupa juga kunci keberhasilan dalam melakukan sebuah usaha memiliki kesabaran yang cukup tinggi karena tidak semua kesuksesan dapat diperoleh dengan hasil yang cepat.

Kolam pemancingan berkonsep galatama mendapatkan penghasilan terbesar dari penyelenggaraan perlombaan memancing ikan. Penghasilan usaha bergantung pada jumlah peserta yang mampu dihadirkan pada saat event lomba dan galatama. Usaha kolam pemancingan pada situasi terburuk dapat mengalami kerugian apabila hadiah perlombaan tidak dapat tertutup oleh biaya pendaftaran peserta yang hadir. Penyelenggaraan perlombaan umumnya dilakukan setiap 2-3 kali dalam seminggu sehingga terjadi persaingan yang kuat dalam memperebutkan calon konsumen. Persaingan tersebut menimbulkan sebagian kolam pemancingan yang tidak dapat mempromosikan usahanya secara berkepanjangan akan mengalami kerugian dan tersisihkan. Berdasarkan hal tersebut sebuah usaha kolam pemancingan membutuhkan pengetahuan akan perilaku konsumen yang berhubungan dengan kepuasan konsumen sehingga di masa mendatang mampu mempromosikan usahanya menjadi lebih baik.

Pada umumnya harga tiket masuk pemancingan galatama adalah sebesar 70 ribu namun jika mendapatkan ikan babon peserta tersebut akan mendapatkan uang bonus sebesar yang telah diadakan oleh penyelenggara tempat pemancingan galatama dikota Tangerang. Lokasi pemancingan galatama yang berada di kota Tangerang hamper semuanya jauh dari perumahan seperti tempat pemancingan yang berada di desa sepatan, desa kohod dan desa rempoa. Pada umumnya fasilitas pemancingan di kota Tangerang semuanya memiliki kolam pancing kiloan namun tidak semua pemancingan di kota Tangerang memiliki kolam pancing galatama Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di jelaskan di atas, maka penelitian ini memiliki judul "PENGARUH HARGA, LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PEMANCINGAN GALATAMA DI KOTA TANGERANG (STUDI KASUS DI 4 PEMANCINGAN GALATAMA KOTA TANGERANG)"

II. TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Harga menurut Noviyanti dalam Antonia (2022) menyatakan bahwa "Harga merupakan sejumlah mata uang diperlukan untuk memperoleh kombinasi barang atau layanan tertentu (ditambah beberapa barang kalau mungkin)".

Harga menurut Tandjung dalam Pradana & Hidayah (2018) menyatakan bahwa "Harga harga merupakan jumlah uang yang telah disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis normal".

Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah uang atau nilai tukar yang dibutuhkan atau diberikan pada suatu produk tertentu yang sedang diperjualbelikan dipasar. "Konflik merupakan keanekaragaman kondisi dan situasi yang di ketahui (kognisi), dirasakan (afeksi), dan dijalani (konasi atau perilaku) oleh berbagai pihak, baik individu, kelompok maupun organisasi sebagai sesuatu yang tidak sejalan dengan tujuan atau kepentingan masing-masing pihak yang bersangkutan".

Lokasi

Lokasi menurut Ghanimata dalam Senggetang et al (2019) menyatakan bahwa "Lokasi merupakan letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba."

Lokasi menurut Kasmir dalam Aprileny (2021) menyatakan bahwa "lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat memanjangkan barang barang dagangannya."

Dapat disimpulkan Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang atau jasa dari produsen kepada konsumen.

Fasilitas

Fasilitas menurut Kathy dan Payant dalam jurnal Aprileny (2021) Menyatakan bahwa “Pengembang/developer lebih mementingkan keuntungan tetapi juga tidak mengurangi nilai suatu produk.”

Fasilitas menurut Moekijat dalam jurnal Sayoto (2018) Menyatakan bahwa “suatu sarana fisik yang dapat memproses suatu masukkan (input) menuju keluaran (output) yang diinginkan.”

Fasilitas adalah segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan pelayanan yang berfungsi sebagai alat utama/pembantu dalam melaksanakan pekerjaan, dan juga sosial dalam rangka kepentingan orang-orang yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja itu atau segala sesuatu yang digunakan, dipakai, ditempati, dan dinikmati oleh orang pengguna.”

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut (Tjiptono, 2020, p19) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.

Seperti yang diungkapkan oleh Sunyoto (2019, hlm. 140) bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan di mana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Hal tersebut karena apabila konsumen puas, ia akan membeli kembali atau memberikan rekomendasi pada calon pelanggan lainnya.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa serta penilaian setiap konsumen terhadap hasil kinerja atau berbagai nilai yang didapatkan dari produk yang dibandingkan dengan cara membandingkan antara kondisi yang didapat sebenarnya dengan kondisi yang diharapkan berdasarkan kebutuhan, persyaratan, dan keinginan pelanggannya..

III. METODE

Dipergunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Dilaksanakan penelitian pada 4 Pemancingan di Galatama yang mana ialah salah satu tempat pemancingan cukup besar yang terdapat di Indonesia. Jenis Dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni jenis Primer dan Sekunder dengan populasi dan sampel yakni pelanggan maupun customer yang pernah singgah di pemancingan galatama, ditetapkan sampel sebanyak 100 orang pemancing di galatama yang dipilih berdasarkan non probability sampling yaitu purposive sampling dengan menggunakan rumus slovin. Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data yakni kuesioner, observasi, dan wawancara. Sedangkan teknik analisis data penelitian ini yakni statistik deskriptif, uji kualitas data (validitas, reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastitas), uji hipotesis (uji regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji partial, uji simultan).

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

- Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel IV.12
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,948	1,482		1,989	,050		
	Harga	,720	,076	,596	9,500	,000	,367	2,727
	Lokasi	,296	,074	,237	3,999	,000	,410	2,439
	Fasilitas	,209	,062	,196	3,372	,001	,430	2,328

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25 (2023).

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dari Tabel IV.12 dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,948 + 0,720 X_1 + 0,296 X_2 + 0,209 X_3 + e$$

- a. Hasil koefisien regresi memperlihatkan nilai konstanta sebesar 2,948 yang berarti jika variabel konstan maka nilai variabel Kepuasan Pelanggan akan konstant sebesar 2,948.
- b. Nilai β_1 merupakan koefisien regresi dari variabel X_1 yaitu Harga sebesar 0,720 yang berarti jika terjadi peningkatan pada Harga sebesar satu tingkatan, maka peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,720.
- c. Nilai β_2 merupakan koefisien regresi dari variabel X_2 yaitu Lokasi sebesar 0,296 yang berarti jika terjadi peningkatan pada lokasi sebesar satu tingkatan, maka peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,296.
- d. Nilai β_3 merupakan koefisien regresi dari variabel X_3 yaitu Fasilitas sebesar 0,209 yang berarti jika terjadi peningkatan pada Fasilitas sebesar satu tingkatan, maka peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,209.

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T

Tabel IV.13 Uji

Statistik t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,948	1,482		1,989	,050		
	Harga	,720	,076	,596	9,500	,000	,367	2,727
	Lokasi	,296	,074	,237	3,999	,000	,410	2,439
	Fasilitas	,209	,062	,196	3,372	,001	,430	2,328

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25 (2023)

a. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji statistik t pada Tabel IV.13 memperlihatkan bahwa variabel independen Harga memiliki hitung 9.500 menunjukkan lebih besar dari t *table* 1.99125 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$). Untuk itu dapat dikatakan bahwa H_1 diterima, maka Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga hipotesis pertama didukung.

b. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji statistik t pada Tabel IV.13 memperlihatkan bahwa variabel independen Lokasi memiliki t hitung 3.999 menunjukkan lebih besar dari t *table* 1.99125 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$). Untuk itu dapat dikatakan bahwa H_2 diterima, maka Lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga hipotesis kedua didukung.

c. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji statistik t pada Tabel IV.13 memperlihatkan bahwa variabel independen Fasilitas memiliki hitung 3.372 menunjukkan lebih besar dari t *table* 1.99125 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,001 < 0,05$). Untuk itu dapat dikatakan bahwa H_3 diterima, maka Fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga hipotesis ketiga didukung.

- Uji F

Tabel IV.14
Uji Statistik F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3562,199	3	1187,400	205,475	,000 ^b
	Residual	439,188	76	5,779		
	Total	4001,388	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi, Harga

Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25 (2023)

Dilihat dari uji ANOVA, pada perhitungan diperoleh hasil didapat nilai F hitung sebesar 205,475 lebih besar dari F tabel yaitu : 2.72 dengan tingkat signifikansi 0,05, yaitu 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independent dalam penelitian ini yaitu Harga, Lokasi dan Fasilitas bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, maka yang artinya F hitung lebih besar daripada F table dan nilai signifikan lebih kecil daripada 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel independent berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependent.

V. KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil pengujian dari Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dilihat melalui hasil uji parsial (t) pada tabel IV.13 yang menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H_{a1}) diterima karena $Sig. < 0.05$ ($0.000 < 0.05$).
2. Berdasarkan hasil pengujian dari Lokasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dilihat melalui hasil uji parsial (t) pada tabel IV.13 yang menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H_{a2}) diterima karena $Sig. < 0.05$ ($0.000 < 0.05$).
3. Berdasarkan hasil pengujian dari Fasilitas (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dilihat melalui hasil uji parsial (t) pada tabel IV.13 yang menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H_{a3}) diterima karena $Sig. < 0.05$ ($0.001 < 0.05$).
4. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) pada tabel IV.14 menunjukkan nilai probabilitas signifikan sebesar 0.000. Karena $0.000 < 0.05$ maka berarti hipotesis alternatif (H_{a4}) diterima, artinya variabel Harga, Lokasi dan Fasilitas secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonia, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Marketplace Blibli (Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota Tangerang). In *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2, Issue 2).
- Aprileny, I., Imalia, I., ApriEmarawati, J., Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, S., Persada Indonesia YAI, U., KayuJati Raya no, J., & Diponegoro no, J. (n.d.). *Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pembelian rumah di GRAND NUSA INDAH blok j, cileungsi pada PT. KENTANIX SUPRA INTERNASIONAL)*.
- Bisnis, J., Pemasaran, D., Fika, S., Alda, W., &Naufal, D. (n.d.). *Analisis Kualitas Operasional Produksi (Survei Terhadap PT Aerofood Indonesia)*.
- Ekonomi Pembangunan, P., Ekonomi, F., Bojonegoro, U., Agribisnis, P., &Pertanian, F. (2019). *PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA GUDANG KOMODITI SISTEM RESI GUDANG KABUPATEN BOJONEGORO* (Vol. 4, Issue 3). JPIM.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada, K., &Purba, T. (2020). *THE EFFECT OF SERVICE AND QUALITY FACILITIES OF CUSTOMER SATISFACTION ON MAZDA WORKSHOP IN BATAM CITY*. 8(1).
- Pradana, D., &Hudayah, S. (2017). *Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadapkeputusanpembelian motor*. 14(1), 16–23.
- Sayoto, B., Program, M., Manajemen, S., Unkris, F. E., Program, D., Kampus, A., & Timur, J. J. (2018). *PENGARUH DISIPLIN KERJA DAN FASILITAS KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN MNCTV BAGIAN PRODUKSI HerryWinarto 2) 2)* (Vol. 6, Issue 2). Mei-Agustus