

Pengaruh Promosi di Media Sosial, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen pada Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang

Felicia Christy Djoharta^{1)*}

¹⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia
¹⁾felicia.christy17@gmail.com

Rekam jejak artikel:	Abstrak
Terima Maret 2026; Perbaikan Maret 2026; Diterima Maret 2026; Tersedia online April 2026;	Studi ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh promosi di media sosial, harga, lokasi dan kualitas layanan terhadap keputusan konsumen pada Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang. Promosi di media sosial berperan sebagai sarana komunikasi pemasaran untuk menarik minat konsumen, harga mencerminkan pengorbanan yang dikeluarkan konsumen, lokasi berkaitan dengan kemudahan akses, dan kualitas layanan menunjukkan tingkat kemampuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Metode penelitian yang digunakan meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, serta analisis regresi linier berganda, dilengkapi dengan uji koefisien korelasi (R), koefisien determinasi (R ²), uji T, dan uji F. Data dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 138 responden dengan teknik non-probability sampling metode hair, dan analisis menggunakan SPSS versi 25. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa secara simultan keempat variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (F hitung 52,718; sig 0,000). Secara parsial promosi di media sosial, harga, lokasi dan kualitas layanan juga terbukti berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi < 0,05.
Kata kunci:	
Promosi di Media Sosial Harga Lokasi Kualitas Layanan Keputusan Konsumen	

I. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di era globalisasi meningkatkan persaingan, termasuk pada sektor layanan kesehatan gigi, sehingga klinik gigi tidak sekedar berperan sebagai penyedia layanan tetapi juga sebagai pelaku bisnis yang harus mampu menarik dan mempertahankan pasien, terutama di kota, seperti Tangerang.

Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang memanfaatkan promosi di media sosial seperti Instagram dan TikTok sebagai sarana komunikasi dan pemasaran, namun efektivitasnya masih dipertanyakan karena belum mampu meningkatkan jumlah pasien secara signifikan.

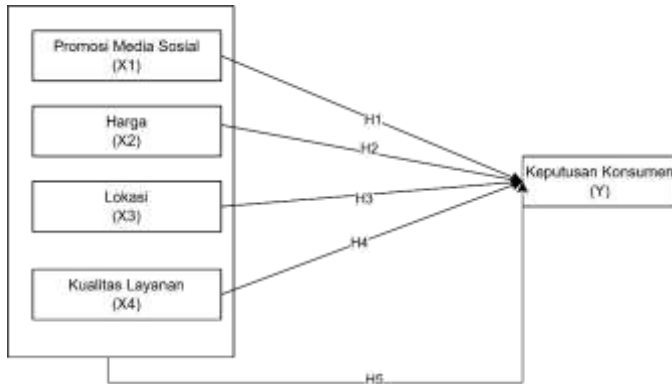
Selain itu, harga menjadi pertimbangan penting dalam keputusan konsumen, dimana ketidaksesuaian tarif dapat menimbulkan ketidakpuasan pasien.

Faktor lokasi yang strategis dan mudah diakses juga mempengaruhi minat kunjungan, meskipun keterbatasan fasilitas seperti lahan parkir dapat menjadi hambatan.

Di sisi lain, kualitas layanan, baik dari tenaga medis maupun karyawan, turut menentukan kepuasan dan loyalitas pasien.

Oleh karena itu, studi ini dilakukan untuk menelaah pengaruh promosi di media sosial, harga, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan konsumen pada Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang.

Kerangka Pikir



Keterangan :

X1: Promosi Media Sosial

X2: Harga

X3: Lokasi

X4: Kualitas Layanan

Y : Keputusan Konsumen

Hipotesis

H1 : Diduga Promosi di Media Sosial berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen.

H2 : Diduga Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen.

H3 : Diduga Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen.

H4 : Diduga Kualitas Layanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen.

H5 : Diduga Promosi di Media Sosial, Harga, lokasi dan Kualitas Layanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Konsumen.

II. METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dalam mengkaji pengaruh promosi di media sosial, harga, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan konsumen. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terhadap 138 responden, lalu diolah menggunakan analisis regresi linier berganda dengan SPSS.

Populasi dan Sampel

Keseluruhan pasien Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang dijadikan sebagai populasi dalam penelitian ini. Menurut (Sugiyono 2017 dalam Dharma, 2023) wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode accidental sampling. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Hair dan menghasilkan 138 responden.

Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh dari kuesioner terstruktur dengan penerapan skala likert 1-5, mulai dari ‘sangat tidak setuju’ hingga ‘sangat setuju’. Instrument penelitian mencakup 23 indikator pernyataan yang merepresentasikan 5 variabel, yaitu promosi di media sosial, harga, lokasi, kualitas layanan, dan keputusan konsumen.

Teknik Analisis Data

Tahapan analisis data diawali dengan uji validitas serta reliabilitas, lalu dilanjutkan dengan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Selanjutnya, untuk menguji hubungan antara variabel bebas dan terikat, digunakan analisis regresi linier berganda, serta dilakukan pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, dan perhitungan koefisien determinasi.

Operasional Variabel

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
1	Promosi di Media Sosial	Konten	Konten menarik dan relevan	Likert
		Aktivitas Promosi	Frekuensi posting/pengumuman	Likert
		Komunikasi/interaksi	Engagement dan respon terhadap komentar/DM	Likert
		Kredibilitas & social proof	Review, testimony, like dan share	Likert
		Informasi & Penawaran	Diskon,promo dan informasi layanan yang lengkap	Likert
2	Harga	Keterjangkauan Harga	Harga jasa terjangkau bagi konsumen	Likert
		Kesesuaian harga & kualitas	Harga sesuai dengan kualitas jasa	Likert

		Daya saing harga	Harga bersaing dengan klinik gigi lain	Likert
		Kesesuaian harga & manfaat	Harga sesuai dengan manfaat yang diterima	Likert
3	Lokasi	Akses	Kemudahan akses	Likert
		Visibilitas	Mudah ditemukan	Likert
		Fasilitas parkir	Tmpat parkir luas	Likert
		Ekspansi	Lingkungan mendukung	Likert
4	Kualitas Layanan	Tangibles	Fasilitas & peralatan fisik	Likert
		Reliability	Keandalan Pelayanan	Likert
		Responsiveness	Ketanggapan petugas	Likert
		Assurance	Rasa aman & kepercayaan	Likert
		Empathy	Perhatian tulus	Likert
5	Keputusan Konsumen	Niat memilih	Memilih klinik gigi	Likert
		Kunjungan ulang	Revisit intention	Likert

		Loyalitas pasien	Kesetiaan pasien	Likert
		Rekomendasi	Word of mouth	Likert
		Kepuasan	Kepuasan sebagai dasar keputusan	Likert

III. HASIL

Tabel 1 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Promosi di Media Sosial	0,919	Reliable
2.	Harga	0,898	Reliable
3.	Lokasi	0,911	Reliable
4.	Kualitas Layanan	0,648	Reliable
5.	Keputusan Konsumen	0,923	Reliable

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

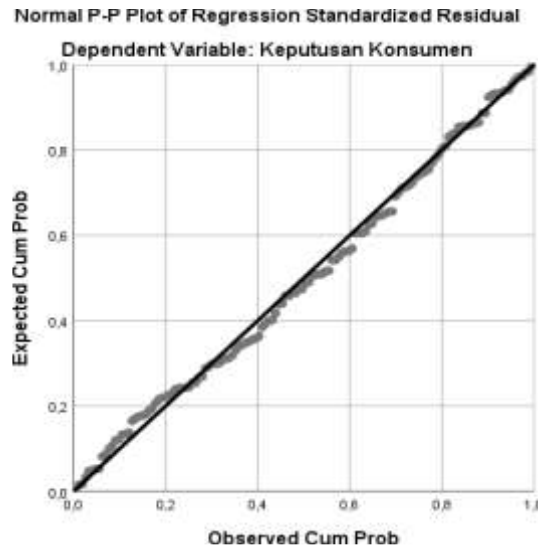
Tabel 2 Uji Validitas

Pertanyaan	r hitung / pearson correlation	r tabel (taraf sig 5%)	Keterangan
Variabel Promosi di Media Sosial			
Konten promosi yang ditampilkan di media sosial Klinik Gigi Pixel Dental sangat menarik perhatian saya	0,913	0,1684	Valid
Konten promosi di media sosial Klinik Gigi Pixel Dental relevan dengan kebutuhan dan minat saya	0,913		
Akun media sosial Klinik Gigi Pixel Dental secara rutin melakukan posting atau pengumuman promosi	0,909		
Frekuensi posting promosi media sosial membuat saya selalu mendapatkan informasi terbaru	0,909		
Admin media sosial Klinik Gigi Pixel Dental memberikan respon yang cepat terhadap komentar atau pesan saya	0,908		
Interaksi yang diberikan melalui komentar atau DM terasa komunikatif dan membantu saya	0,911		
Review dan testimony di media sosial meningkatkan kepercayaan saya terhadap Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang	0,910		
Banyaknya like dan share di media sosial membuat saya yakin terhadap kualitas jasa dari Klinik Gigi Pixel Dental	0,912		
Media sosial Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang menyampaikan informasi promo dan diskon dengan jelas	0,911		
Informasi layanan yang disampaikan melalui media sosial sangat lengkap dan mudah dipahami	0,912		
Variabel Harga			

Harga jasa perawatan di Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang ini terjangkau bagi saya	0,890	0,1684	Valid
Biaya perawatan di Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang ini sesuai dengan kemampuan keuangan saya	0,885		
Harga yang saya bayarkan sesuai dengan kualitas pelayanan yang saya terima	0,885		
Kualitas perawatan gigi yang diberikan sebanding dengan harga yang sudah ditetapkan	0,883		
Harga jasa di Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang ini dapat bersaing dengan klinik gigi lain	0,887		
Dibanding dengan Klinik Gigi lain, harga di Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang ini lebih kompetitif	0,881		
Manfaat yang saya peroleh dari perawatan gigi sesuai dengan harga yang saya bayarkan	0,881		
Harga jasa yang ditetapkan memberikan nilai atau manfaat yang sepadan bagi saya	0,866		
Variabel Lokasi			
Lokasi Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum	0,901	0,1684	Valid
Saya tidak mengalami kesulitan dalam menuju lokasi Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang	0,904		
Lokasi klinik gigi mudah ditemukan oleh saya	0,901		
Papan nama dan petunjuk arah Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang terlihat jelas dari jalan utama	0,901		
Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang menyediakan fasilitas parkir yang baik	0,904		
Tempat parkir di Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang aman dan nyaman digunakan	0,900		
Lingkungan sekitar Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang mendukung aktivitas pelayanan kesehatan	0,905		
Kondisi lingkungan sekitar Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang memberikan kenyamanan bagi saya	0,900		
Lokasi usaha menjadi salah satu pertimbangan utama saya dalam memutuskan untuk berkunjung ke klinik.	0,901		
Jarak tempuh menuju lokasi usaha tergolong dekat dan tidak memakan banyak waktu	0,901		
Variabel Kualitas Layanan			
Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang memiliki fasilitas dan peralatan yang lengkap serta modern	0,601	0,1684	Valid
Ruang perawatan dan fasilitas Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang bersih dan nyaman digunakan	0,558		
Dokter dan petugas Klinik Gigi Pixel dental memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	0,600		
Pelayanan perawatan gigi dilakukan secara tepat dan konsisten	0,612		
Petugas Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang cepat membantu saya saat membutuhkan layanan	0,590		
Petugas Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang tanggap dalam menangani keluhan atau pertanyaan saya	0,590		
Saya merasa aman dan percaya terhadap kemampuan dokter dan petugas Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang	0,666		

Petugas Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang bersikap sopan dan profesional dalam melayani pasien	0,646		
Dokter dan petugas Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang ini memberikan perhatian secara tulus kepada saya	0,662		
Petugas Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang memahami kebutuhan dan keluhan saya dengan baik	0,634		
Variabel Keputusan Konsumen			
Saya berniat memilih Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang ini ketika membutuhkan perawatan gigi	0,910	0,1684	Valid
Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang ini menjadi pilihan utama saya dibandingkan klinik gigi lain	0,915		
Saya berencana untuk kembali berkunjung ke Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang ini di masa yang akan datang	0,920		
Jika membutuhkan perawatan gigi lagi, saya akan menggunakan layanan Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang ini kembali	0,918		
Saya tetap memilih Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang ini meskipun terdapat banyak klinik gigi lain	0,917		
Saya tidak mudah berpindah ke klinik gigi lain selain Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang	0,913		
Saya bersedia merekomendasikan Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang ini kepada keluarga atau teman	0,916		
Saya sering menyampaikan pengalaman positif saya tentang Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang ini kepada orang lain	0,919		
Tingkat kepuasan saya memengaruhi keputusan saya memilih Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang ini	0,913		
Saya memutuskan menggunakan Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang ini karena pelayanan yang memuaskan	0,913		

Gambar 1 Uji Normalitas



Dari gambar diatas, terlihat bahwa sebaran titik residual berada disekitar garis diagonal dan cenderung mengikuti arahnya, yang mengindikasikan bahwa residual berdistribusi normal

Tabel 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		138
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2,34926264
Most Extreme Differences	Absolute	.044
	Positive	.044
	Negative	-.038
Test Statistic		.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

Hasil dari di atas, menunjukkan bahwa $a > 0,05$ atau $0,943 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut dapat dikatakan normal.

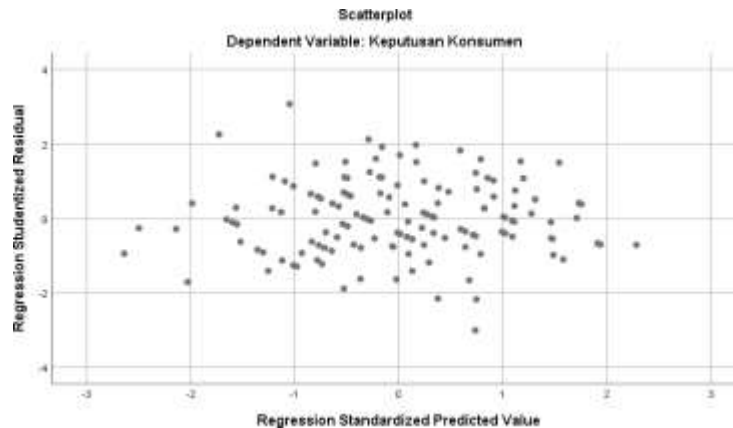
Tabel 4 Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	constant		
	Promosi di media sosial	,978	1,022
	Harga	,992	1,008
	Lokasi	,981	1,019
	Kualitas Layanan	,991	1,009

Berdasarkan tabel tersebut, model regresi tidak mengalami multikolinieritas karena seluruh variabel memiliki nilai VIF di bawah 10 dan nilai toleransi di atas 0,10.

Gambar 2 Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan analisis scatterplot pada uji heteroskedastisitas dengan variabel dependen Keputusan konsumen, residual tampak tersebar secara acak disekitar sumbu nol dan tidak membentuk pol seperti gelombang, penyempitan, atau pelebaran.

Tabel 5 Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,204	2,902		,070	,944
	Promosi di Media Sosial	,247	,035	,391	7,143	,000
	Harga	,339	,043	,433	7,971	,000
	Lokasi	,258	,037	,384	7,035	,000
	Keputusan Konsumen	,288	,042	,374	6,876	,000

Pada penelitian ini, nilai t tabel sebesar 1,65613 (df = 95, Tingkat sig 5%). Sedangkan nilai t hitung Promosi di Media Sosial (X1) sebesar 7,143, Harga (X2) sebesar 7,971, Lokasi (X3) sebesar 7,035 dan Kualitas Layanan (X4) sebesar 6,876. Seluruh t hitung tersebut lebih besar dari t tabel (1,65613), sehingga dinyatakan Ha diterima.

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,782 ^a	,611	.599	2,384					
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga, Lokasi, Promosi Media Sosial									
b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen									

Berdasarkan hasil analisis, nilai R sebesar 0,782 hasil koefisien korelasi memperlihatkan adanya hubungan yang erat antara kedua variabel yang diteliti.

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1186,537	4	296,634	52,178	,000 ^b
	Residual	756,108	133	5,685		
	Total	1942,645	137			
a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen						
b. Predictors: (Constant) Kualitas Layanan, Harga, Lokasi, Promosi di Media Sosial						

Hasil uji F pada tabel ANOVA menunjukkan nilai F hitung sebesar 52,178 dengan signifikansi ,0000. Nilai tersebut yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa model regresi layak, serta variabel independent secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan konsumen.

Pembahasan

Pengaruh Promosi di Media Sosial Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga promosi di media sosial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan konsumen.

Pengaruh Harga Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ mengindikasikan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

Pengaruh Lokasi Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan konsumen.

Pengaruh Kualitas Layanan Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan konsumen.

Pengaruh Promosi di Media Sosial, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Konsumen. Berdasarkan uji simultan, diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga seluruh variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan konsumen. Nilai R square 59,1% menunjukkan bahwa keempat variabel memiliki kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan Keputusan konsumen.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa promosi di media sosial, harga, lokasi, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen pada Klinik Gigi Pixel Dental Tangerang. Keempat variabel tersebut secara simultan mampu menjelaskan keputusan konsumen sebesar 59,1. Hasil ini mengindikasikan bahwa pepaduan promosi yang efektif, harga yang sesuai, lokasi yang strategis, serta kualitas layanan yang baik menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan konsumen. Oleh karena itu, klinik perlu terus meningkatkan keempat aspek

tersebut. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambah variabel lain guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

SUGIYONO 2017 DALAM DHARMA. (2023). JOURNAL OF SCIENCE EDUCATION AND MANAGEMENT BUSINESS MODEL KINERJA PEGAWAI PADA KANTOR PDAM KOTA SOLOK. JOURNAL OF SCIENCE EDUCATION AND MANAGEMENT BUSINESS, 2(D), 157–163. [HTTPS://RCF-INDONESIA.ORG/JURNAL/INDEX.PHP/JOSEAMB](https://rcf-indonesia.org/jurnal/index.php/joseamb)