

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN JASA
TERHADAP KEPUASAN KLIEN DI NOTARIS DAN PPAT
WITRIE NUR AIDA, S.H.,M.Kn KABUPATEN KEDIRI**



Oleh

Nama : Rheka Rahmawati Sari Dewi
NPM : 17.13021.0517
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM KADIRI
FAKULTAS EKONOMI
KEDIRI
2021

Judul Penelitian: Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Klien di Notaris dan PPAT Witrie Nur Aida, S.H., M.Kn Kabupaten Kediri
Dosen Pembimbing : Dr. Deby Santyo Rusandy, S. E, M.M
Trisnia Widuri, S.E., M.M
Nama Mahasiswa : Rheka Rahmawati Sari Dewi
NPM : 17.13021.0517

Abstraksi

Salah satu usaha yang berkembang yakni sektor jasa dibidang hukum adalah jasa notaris dan PPAT (Pejabat Pembuat Akta Tanah). Kantor Notaris dan PPAT Witrie Nur Aida, SH, MKn. merupakan usaha jasa dibidang hukum menggunakan strategi harga, lokasi, kualitas pelayanan untuk mencapai tujuan yakni kepuasan klien. Lokasi Kantor Notaris dan PPAT Witrie Nur Aida, SH, MKn strategis karena merupakan perbatasan antara Kota Kediri dan Kabupaten Kediri, namun lokasi kantor notaris Notaris Witrie Nur Aida, SH, MKn. belum memiliki fasilitas parkir yang luas, sehingga klien kesulitan dalam memarkirkan kendaraan. Kualitas pelayanan yang diberikan pada kantor notaris Witrie Nur Aida, SH, MKn. memberikan pelayanan tepat waktu dalam pengerjaan berkas klien dan memiliki staff yang ramah.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian bertempat di Kantor Notaris dan PPAT Witrie Nur Aida, SH, MKn. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 153 orang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 111 dengan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis.

Secara parsial variabel Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan klien(Y). Secara parsial variabel lokasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan klien (Y). Secara parsial variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan klien(Y). Secara simultan harga, lokasi, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan klien.

Kata Kunci : Harga, Lokasi , Kualitas Pelayanan, Kepuasan Klien

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Sampul Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	v
Abstraksi	vi
Motto dan Persembahan	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar gambar	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Operasional.....	6
1.5.2 Manfaat Akademik	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka	12
2.2.1 Manajemen Pemasaran	12
2.2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.1.2 Perencanaan Pemasaran	12
2.2.1.2 Konsep Manajemen Pemasaran	14
2.2.2 Harga	16
2.2.2.1 Pengertian Harga	16
2.2.2.2 Peranan Harga	16
2.2.2.3 Penetapan Harga	17
2.2.2.4 Indikator Harga	18
2.2.2.5 Komponen-komponen Harga	19
2.2.3 Lokasi	19
2.2.3.1 Pengertian Lokasi	19
2.2.3.2 Indikator Lokasi.....	20
2.2.4 Kualitas Pelayanan	21
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	21
2.2.4.2 Teori Kualitas Pelayanan.....	23
2.2.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....	25
2.2.5 Kepuasan Klien	26
2.2.5.1 Pengertian Kepuasan Klien	26
2.2.4.2 Indikator Kepuasan Klien	28
2.3 Teori Hubungan Antar Variabel	30
2.3.1 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Klien	30
2.3.2 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Klien	31

2.3.3 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Klien	32
2.4 Kerangka Teoritik.....	32
2.5 Hipotesis Operasional.....	33
2.5.1 Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Klien	33
2.5.2 Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Klien	34
2.5.3 Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Klien	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	37
3.2 Jenis Penelitian	37
3.3 Lokasi Penelitian	37
3.4 Populasi dan Sampel	38
3.4.1 Populasi	38
3.4.2 Sampel	38
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	39
3.6 Penentuan Jumlah Sampel	40
3.7 Data dan Teknik Pengumpulan Data	41
3.7.1 Sumber Data	41
3.7.2 Teknik Pengumpulan Data	41
3.7.2.1 Angket (Quisoner)	42
3.7.2.2 Wawancara	42
3.7.2.3 Dokumentasi	42
3.8 Identifikasi Variabel	43
3.9 Definisi Operasional Variabel	44
3.10 Teknik Analisis Data	46
3.10.1 Uji Instrumen	46
3.10.1.1 Uji Validitas	46
3.10.1.2 Reliabilitas	46
3.10.2 Uji Asumsi Klasik	46
3.10.2.1 Uji Normalitas	47
3.10.2.2 Uji Multikolinieritas	48
3.10.2.3 Uji Heterokedastisitas	48
3.10.2.4 Uji Autokorelasi	49
3.10.3 Analisis Linier Berganda	49
3.10.4 Pengujian Hipotesis	50
3.10.4.1 Uji Parsial (Uji T)	50
3.10.4.2 Uji Simultan (Uji F)	50
3.10.4.2 Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	50
3.11 Jadwal Penelitian	51
Daftar Pustaka	52

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Harga	58
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Lokasi	60
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	65
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Klien.....	68
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	74
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4.10 Keputusan Darbin-Watson	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi.....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Linier Berganda	77

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Teoritik.....	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	53