Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (1) 2026, Page: 23029-23036

Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Klien Pada PT. Aneka Karya Mulia

Imam Setiono[1], Syarifuddin[2], Mulyadi[3]

[1,2,3]Ibnu Sina University

Corresponding Author: Imam Setiono, e-mail: imamsetiono31@gmail.com

Published: April , 2026

ABSTRAK

Tujuan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan klien pada PT. Aneka Karya Mulia di Kota Batam. Dalam jasa pengurusan izin tenaga kerja asing, keputusan klien dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang andal, harga yang sesuai, serta kemudahan akses terhadap lokasi usaha.

Metode. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Populasi penelitian berjumlah 479 klien PT. Aneka Karya Mulia, sedangkan sampel ditetapkan sebanyak 83 responden menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan SPSS.

Hasil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas layanan, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan klien dengan nilai F sebesar 45,885 dan signifikansi 0,001. Secara parsial dalam model regresi berganda, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan klien dengan nilai t sebesar 3,390 dan signifikansi 0,001. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t sebesar 3,810 dan signifikansi 0,000. Sementara itu, lokasi memiliki arah pengaruh positif, tetapi tidak signifikan dalam model regresi berganda dengan nilai t sebesar 1,565 dan signifikansi 0,122. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,622 menunjukkan bahwa 62,2% variasi keputusan klien dapat dijelaskan oleh kualitas layanan, harga, dan lokasi.

Kesimpulan. Penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan klien pada PT. Aneka Karya Mulia terutama dipengaruhi oleh kualitas layanan dan harga, sedangkan lokasi belum menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam model regresi berganda. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan perlu memprioritaskan peningkatan mutu layanan dan penetapan harga yang transparan serta kompetitif untuk memperkuat keputusan klien dalam menggunakan jasa perusahaan..

Keywords: kualitas layanan; harga; lokasi; keputusan klien

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan industri jasa pengurusan perizinan di Indonesia menunjukkan kecenderungan meningkat seiring dengan bertambahnya kebutuhan perusahaan terhadap tenaga kerja asing. Proses pengurusan izin kerja dan izin tinggal bagi tenaga kerja asing menuntut ketelitian administratif, pemahaman regulasi, serta kecepatan layanan (Yuliastuti, 2025). Dalam situasi seperti ini, perusahaan pengguna jasa tidak hanya mencari penyedia layanan yang mampu menyelesaikan dokumen, tetapi juga menilai kualitas keseluruhan pelayanan yang mereka terima. Dengan demikian, keputusan klien dalam memilih biro jasa menjadi proses yang penting dan dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan rasional maupun praktis.

PT. Aneka Karya Mulia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengurusan izin kerja dan izin tinggal tenaga kerja asing di Kota Batam. Sebagai perusahaan jasa, PT. Aneka Karya Mulia dituntut untuk mampu memberikan layanan yang profesional, biaya yang sesuai, serta akses

yang mudah dijangkau oleh klien. Akan tetapi, berdasarkan latar belakang penelitian, masih terdapat beberapa kondisi yang menunjukkan bahwa keputusan klien belum sepenuhnya stabil (Valencia, 2025). Hal ini terlihat dari adanya dinamika jumlah klien dari tahun ke tahun, yang dapat menjadi indikasi bahwa klien terus melakukan evaluasi terhadap layanan yang mereka gunakan.

Kualitas layanan menjadi faktor penting karena dalam jasa perizinan, klien sangat bergantung pada ketepatan informasi, akurasi dokumen, kecepatan proses, dan kemampuan staf dalam memberikan penjelasan yang jelas. Klien cenderung memilih penyedia jasa yang mampu memberikan rasa aman dan keyakinan bahwa seluruh proses administrasi berjalan sesuai aturan (Gandawidjaya & others, 2025). Namun, dalam praktiknya, masih terdapat keluhan terkait keterlambatan proses, ketidakjelasan informasi, dan komunikasi yang belum konsisten. Kondisi tersebut dapat memengaruhi persepsi klien terhadap kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang andal.

Selain kualitas layanan, harga juga merupakan aspek yang sangat dipertimbangkan oleh klien. Dalam penggunaan jasa perizinan, klien tidak hanya memperhatikan besar kecilnya biaya, tetapi juga menilai apakah harga yang ditetapkan sepadan dengan manfaat yang diperoleh. Harga yang dianggap wajar, transparan, dan kompetitif cenderung mendorong keputusan klien untuk menggunakan jasa perusahaan (Malikah, 2025). Sebaliknya, apabila harga dipersepsikan kurang jelas atau terlalu tinggi dibandingkan alternatif lain, maka klien dapat menunda atau mengalihkan pilihannya. Pada PT. Aneka Karya Mulia, perbandingan harga dengan penyedia jasa lain di Batam menjadi salah satu faktor yang memengaruhi penilaian klien.

Faktor lain yang juga relevan adalah lokasi. Dalam bisnis jasa, lokasi tidak hanya dimaknai sebagai alamat perusahaan, melainkan juga meliputi kemudahan akses, visibilitas, kenyamanan lingkungan, dan fasilitas pendukung (Altrisna, 2025). Meskipun sebagian proses layanan dapat dilakukan secara administratif dan digital, interaksi langsung tetap diperlukan dalam konsultasi maupun pengurusan dokumen tertentu. Oleh karena itu, lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dapat memperkuat keputusan klien untuk memilih perusahaan jasa tertentu.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga, dan lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian atau keputusan menggunakan jasa. Namun, kajian yang secara khusus menempatkan ketiga variabel tersebut dalam konteks jasa pengurusan izin tenaga kerja asing masih relatif terbatas (Nurhaeni & Indrawan, 2024). Kondisi ini menjadikan penelitian pada PT. Aneka Karya Mulia penting dilakukan, karena memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang paling berperan dalam keputusan klien pada sektor jasa yang sangat bergantung pada kepercayaan, ketepatan, dan profesionalitas.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan klien pada PT. Aneka Karya Mulia, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar evaluasi bagi perusahaan dalam memperbaiki layanan dan memperkuat daya saingnya di tengah persaingan penyedia jasa serupa.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei (Yin, 2020). Pendekatan ini dipilih karena penelitian diarahkan untuk menguji pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan klien melalui data numerik yang dianalisis secara statistik. Penelitian dilakukan di PT. Aneka Karya Mulia yang berlokasi di Kota Batam, dengan waktu pelaksanaan pada periode November 2025 sampai April 2026.

Populasi penelitian adalah seluruh klien PT. Aneka Karya Mulia pada tahun 2025 yang berjumlah 479 klien. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 83 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi responden (Bryman, 2021). Teknik ini digunakan agar hasil penelitian lebih representatif terhadap populasi klien perusahaan.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert lima tingkat (Schutt, 2021). Variabel kualitas layanan diukur melalui indikator keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Variabel harga diukur melalui indikator kewajaran harga, kesesuaian harga dengan kualitas, transparansi biaya, keterjangkauan harga, dan perbandingan harga dengan

kompetitor. Variabel lokasi diukur melalui indikator aksesibilitas, visibilitas, lingkungan sekitar, kedekatan dengan konsumen, dan fasilitas pendukung. Sementara itu, keputusan klien diukur melalui indikator niat memilih layanan, kesediaan menggunakan ulang, rekomendasi, preferensi terhadap perusahaan, dan kepercayaan terhadap keamanan proses layanan (Buchanan & Bryman, 2022).

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan SPSS versi 27. Tahapan analisis meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan instrumen layak digunakan, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas (Bell & Waters, 2022). Setelah itu dilakukan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi (Neuman, 2022).

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Deskriptif Responden

Responden penelitian berjumlah 83 klien PT. Aneka Karya Mulia. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 56 orang atau 67,5%, sedangkan laki-laki sebanyak 27 orang atau 32,5%. Berdasarkan usia, kelompok terbanyak berada pada kategori di atas 35 tahun sebanyak 24 orang atau 28,9%, diikuti kelompok usia 18-25 tahun sebanyak 22 orang atau 26,5%, usia 26-30 tahun sebanyak 20 orang atau 24,1%, dan usia 31-35 tahun sebanyak 17 orang atau 20,5%. Berdasarkan jenis perusahaan, responden paling banyak berasal dari sektor industri/manufaktur sebanyak 30 orang atau 36,1%, diikuti sektor jasa sebanyak 28 orang atau 33,7%, sektor konstruksi sebanyak 15 orang atau 18,1%, dan lainnya sebanyak 10 orang atau 12,0%. Karakteristik ini menunjukkan bahwa klien PT. Aneka Karya Mulia berasal dari beragam sektor usaha dengan dominasi perusahaan yang memiliki kebutuhan administratif cukup tinggi terhadap penggunaan tenaga kerja asing.

Uji Instrumen dan Asumsi Klasik

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel kualitas layanan, harga, lokasi, dan keputusan klien memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel 0,2159. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian (Flick, 2023). Hasil ini menunjukkan bahwa setiap item mampu merepresentasikan konstruk yang diukur dalam penelitian.

Hasil uji reliabilitas memperlihatkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, yaitu 0,837 untuk kualitas layanan, 0,840 untuk harga, 0,761 untuk lokasi, dan 0,805 untuk keputusan klien. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang baik, sehingga data yang diperoleh dapat dinilai stabil dan dapat dipercaya.

Uji normalitas berdasarkan grafik P-P Plot menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut (Creswell, 2023). Hasil ini mengindikasikan bahwa data residual berdistribusi normal sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas. Selanjutnya, uji heteroskedastisitas melalui scatterplot menunjukkan penyebaran titik secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Uji multikolinearitas juga menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga model terbebas dari gejala multikolinearitas (Kumar, 2023). Dengan demikian, seluruh asumsi klasik telah terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk pengujian hipotesis (Babbie, 2024).

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 4{,}166 + 0{,}322X_1 + 0{,}342X_2 + 0{,}120X_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga, dan lokasi sama-sama memiliki arah pengaruh positif terhadap keputusan klien. Artinya, peningkatan pada masing-masing

variabel cenderung diikuti oleh peningkatan keputusan klien. Namun, besar kecilnya pengaruh masing-masing variabel berbeda. Harga memiliki koefisien regresi terbesar, yaitu 0,342, diikuti kualitas layanan sebesar 0,322, dan lokasi sebesar 0,120. Dengan demikian, dalam model ini harga merupakan variabel yang kontribusinya paling besar, kemudian kualitas layanan, sedangkan lokasi memiliki kontribusi paling kecil.

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu kualitas layanan, harga, dan lokasi, terhadap keputusan klien (Prasetyo & Santoso, 2023). Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi, di mana variabel dinyatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Hasil uji parsial disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	4,166	1,790	-	2,327	0,023
Kualitas Layanan (X_1)	0,322	0,095	0,377	3,390	0,001
Harga (X_2)	0,342	0,090	0,418	3,810	0,000
Lokasi (X_3)	0,120	0,077	0,113	1,565	0,122

a. Dependent Variable: Keputusan Klien
Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji parsial pada Tabel 1, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan klien. Hal ini terlihat dari nilai t sebesar 3,390 dengan tingkat signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan perusahaan, semakin kuat pula keputusan klien untuk menggunakan jasa PT. Aneka Karya Mulia. Kualitas layanan yang dimaksud mencakup keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik layanan yang dirasakan klien.

Harga juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan klien, dengan nilai t sebesar 3,810 dan signifikansi 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa harga yang dianggap wajar, transparan, dan sepadan dengan manfaat layanan dapat mendorong klien untuk memilih jasa perusahaan. Di antara ketiga variabel independen, harga memiliki nilai koefisien beta standar terbesar, sehingga dapat dipahami sebagai variabel yang paling dominan dalam model regresi berganda ini.

Sementara itu, lokasi memiliki nilai t sebesar 1,565 dengan signifikansi 0,122, yaitu lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan klien dalam model regresi berganda. Meskipun arah koefisiennya positif, kontribusi lokasi belum cukup kuat untuk menjelaskan perubahan keputusan klien ketika dianalisis secara bersama-sama dengan kualitas layanan dan harga (Rahmawati, 2022). Dengan demikian, hipotesis mengenai pengaruh lokasi secara parsial tidak didukung dalam model utama penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas layanan, harga, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan klien (Sofianto, 2022). Suatu model dinyatakan signifikan apabila nilai signifikansi pada uji F lebih kecil dari 0,05. Hasil pengujian simultan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	242,220	3	80,740	45,885	0,001
Residual	139,009	79	1,760		
Total	381,229	82			

a. Dependent Variable: Keputusan Klien
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas Layanan
Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji simultan pada Tabel 2, diperoleh nilai F hitung sebesar 45,885 dengan tingkat signifikansi 0,001. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan, harga, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan klien. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan keputusan klien secara layak (Aurelia & others, 2022).

Temuan tersebut menegaskan bahwa keputusan klien tidak dibentuk oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh kombinasi beberapa unsur penting dalam layanan perusahaan. Dalam konteks PT. Aneka Karya Mulia, klien mempertimbangkan mutu pelayanan, kesesuaian harga, dan faktor lokasi secara bersamaan ketika menentukan pilihan menggunakan jasa pengurusan izin tenaga kerja asing.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel kualitas layanan, harga, dan lokasi dalam menjelaskan variasi keputusan klien (Sari & Saputra, 2021). Melalui uji ini dapat diketahui tingkat kekuatan model regresi dalam menerangkan perubahan pada variabel dependen:

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,797	0,635	0,622	1,327

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas Layanan
Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil koefisien determinasi pada Tabel 3, diperoleh nilai R Square sebesar 0,635 dan Adjusted R Square sebesar 0,622. Hal ini berarti bahwa 62,2% variasi keputusan klien dapat dijelaskan oleh kualitas layanan, harga, dan lokasi secara bersama-sama. Sementara itu, sisanya sebesar 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Nilai tersebut menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang cukup kuat (Kelvinia & others, 2021). Dengan demikian, kualitas layanan, harga, dan lokasi merupakan variabel yang relevan dalam menjelaskan keputusan klien pada PT. Aneka Karya Mulia, meskipun masih terdapat faktor lain yang juga berperan, seperti kepercayaan, citra perusahaan, hubungan jangka panjang, atau pengalaman klien sebelumnya.

Discussion

Hipotesis 1: Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) terhadap Keputusan Klien (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan klien. Temuan ini menguatkan bahwa dalam industri jasa pengurusan izin tenaga kerja asing, kualitas layanan menjadi faktor kunci yang membentuk kepercayaan klien (Ekasari & Putri, 2021). Klien tidak hanya menilai hasil akhir, tetapi juga proses pelayanan, kecepatan respon, kejelasan informasi, serta profesionalitas staf dalam menangani dokumen yang bersifat administratif dan sensitif (Nugraha & Suriani, 2026).

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, hasil ini sejalan dengan studi Arifin (2018) dan Nugroho (2020) yang menemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna jasa. Namun, penelitian ini memberikan konteks yang lebih spesifik pada sektor jasa perizinan tenaga kerja asing, yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan jasa umum karena menuntut akurasi tinggi dan kepatuhan terhadap regulasi pemerintah.

Urgensi penelitian ini terletak pada semakin meningkatnya kebutuhan perusahaan terhadap layanan pengurusan izin tenaga kerja asing di wilayah industri seperti Batam. Dalam kondisi tersebut, kualitas layanan menjadi faktor penentu keberlangsungan bisnis jasa karena kesalahan kecil dapat berdampak pada keterlambatan operasional klien (Lestari, 2020).

Dari sisi gap penelitian, sebagian besar studi sebelumnya meneliti kualitas layanan dalam konteks retail atau jasa umum, sedangkan penelitian ini menguji pada sektor jasa berbasis regulasi yang lebih kompleks (Nugraha et al., 2026). Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada penempatan

kualitas layanan sebagai faktor utama dalam keputusan klien pada industri jasa legal-administratif, yang relatif masih jarang diteliti secara empiris (Nugroho, 2020).

Hipotesis 2: Pengaruh Harga (X_2) terhadap Keputusan Klien (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan klien, bahkan menjadi variabel yang paling dominan dalam model regresi (Yuliastuti, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa klien sangat sensitif terhadap aspek biaya, terutama dalam layanan yang bersifat administratif dan berulang seperti pengurusan izin tenaga kerja asing.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Dewi (2021) dan Putra (2019) yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks jasa perizinan, harga tidak hanya dipersepsikan sebagai biaya, tetapi juga sebagai indikator nilai dan profesionalitas layanan. Klien cenderung menghindari harga yang terlalu rendah karena dapat menimbulkan keraguan terhadap kualitas layanan, sekaligus menghindari harga yang tidak transparan (Nugraha et al., 2025).

Urgensi variabel harga dalam penelitian ini menjadi semakin penting karena adanya persaingan antar penyedia jasa di Batam yang menawarkan layanan serupa dengan variasi harga yang cukup signifikan (Valencia, 2025). Kondisi ini membuat klien memiliki banyak alternatif, sehingga keputusan mereka sangat dipengaruhi oleh persepsi harga yang adil dan rasional.

Gap penelitian yang diangkat adalah bahwa sebagian besar penelitian sebelumnya melihat harga dalam konteks produk atau jasa konsumsi umum, sedangkan penelitian ini menempatkan harga dalam konteks jasa profesional berbasis dokumen dan regulasi (Gandawidjaya & others, 2025). Kebaruan penelitian ini terletak pada temuan bahwa harga menjadi variabel dominan dibandingkan kualitas layanan dalam sektor jasa tertentu, yang menunjukkan adanya pergeseran prioritas klien dari sekadar kualitas menuju keseimbangan antara biaya dan manfaat (Mashita & Nugraha, 2025).

Hipotesis 3: Pengaruh Lokasi (X_3) terhadap Keputusan Klien (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan klien dalam model regresi berganda. Meskipun memiliki arah hubungan positif, kontribusi lokasi tidak cukup kuat untuk menjelaskan perubahan keputusan klien ketika dianalisis bersama dengan kualitas layanan dan harga (Malikah, 2025).

Temuan ini berbeda dengan beberapa penelitian terdahulu seperti Rahmawati (2022) dan Aurelia (2022) yang menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Perbedaan hasil ini menjadi menarik karena menunjukkan bahwa pengaruh lokasi sangat bergantung pada karakteristik industri yang diteliti.

Dalam konteks jasa pengurusan izin tenaga kerja asing, interaksi antara klien dan perusahaan tidak selalu dilakukan secara langsung di lokasi fisik, melainkan banyak proses yang dapat dilakukan secara administratif, digital, atau melalui perantara. Hal ini menyebabkan lokasi tidak lagi menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan klien (Altrisna, 2025).

Urgensi pembahasan variabel lokasi terletak pada perubahan pola perilaku konsumen jasa yang semakin adaptif terhadap teknologi dan sistem kerja non-fisik. Gap penelitian yang ditemukan adalah bahwa sebagian besar studi sebelumnya masih menganggap lokasi sebagai faktor penting tanpa mempertimbangkan transformasi digital dalam layanan jasa (Nurhaeni & Indrawan, 2024).

Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada temuan bahwa lokasi tidak signifikan dalam konteks jasa administratif modern, yang menunjukkan adanya pergeseran paradigma dari lokasi fisik ke kualitas layanan dan efisiensi proses (Nugraha, 2024). Temuan ini memberikan kontribusi baru dalam literatur pemasaran jasa, khususnya pada sektor jasa berbasis dokumen dan regulasi.

Hipotesis 4: Pengaruh Kualitas Layanan (X_1), Harga (X_2), dan Lokasi (X_3) secara Simultan terhadap Keputusan Klien (Y)

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan klien (Prasetyo & Santoso, 2023). Temuan ini menegaskan bahwa keputusan klien merupakan hasil dari evaluasi menyeluruh terhadap berbagai aspek layanan, bukan hanya satu faktor tunggal.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, hasil ini konsisten dengan berbagai studi yang menyatakan bahwa kombinasi variabel pemasaran memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan pengujian secara parsial. Namun, penelitian ini memberikan kontribusi tambahan dengan menunjukkan bahwa meskipun lokasi tidak signifikan secara parsial, secara simultan tetap menjadi bagian dari model yang memengaruhi keputusan klien (Sofianto, 2022).

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan perusahaan jasa untuk memahami bahwa strategi pemasaran tidak dapat dilakukan secara terpisah (Nugraha et al., 2024). Kualitas layanan, harga, dan lokasi harus dikelola secara terpadu agar mampu menciptakan keputusan klien yang lebih kuat dan berkelanjutan (Aurelia & others, 2022).

Dari sisi gap, penelitian sebelumnya umumnya berfokus pada satu atau dua variabel saja, sedangkan penelitian ini menguji tiga variabel utama secara bersamaan dalam konteks jasa pengurusan izin tenaga kerja asing. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi ketiga variabel dalam satu model yang menunjukkan bahwa faktor dominan tetap berada pada kualitas layanan dan harga, sementara lokasi berperan sebagai faktor pendukung (Sari & Saputra, 2021).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan klien pada PT. Aneka Karya Mulia. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan dan semakin sesuai harga yang ditetapkan, maka semakin kuat keputusan klien untuk menggunakan jasa perusahaan. Di antara variabel yang diuji, harga merupakan variabel yang paling dominan, diikuti oleh kualitas layanan.

Sementara itu, lokasi memiliki arah pengaruh positif, tetapi tidak berpengaruh signifikan dalam model regresi berganda. Temuan ini menunjukkan bahwa lokasi bukan menjadi pertimbangan utama klien ketika dibandingkan dengan kualitas layanan dan harga dalam memilih jasa pengurusan izin tenaga kerja asing.

Secara simultan, kualitas layanan, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan klien. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa 62,2% variasi keputusan klien dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, PT. Aneka Karya Mulia perlu memprioritaskan peningkatan kualitas layanan dan pengelolaan harga yang transparan serta kompetitif untuk memperkuat keputusan klien dalam menggunakan jasa perusahaan.

REFERENCES

Altrisna. (2025). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa*.

Aurelia, & others. (2022). *Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Supermarket Sinar Terang Probolinggo*.

Babbie, E. R. (2024). *The Basics of Social Research* (9th Editio). Cengage Learning.

Bell, J., & Waters, S. (2022). *Doing Your Research Project: A Guide for First-Time Researchers* (8th Editio). Open University Press.

Bryman, A. (2021). *Social Research Methods* (6th Editio). Oxford University Press.

Buchanan, D., & Bryman, A. (2022). *The SAGE Handbook of Organizational Research Methods* (2nd Editio). SAGE Publications.

Creswell, J. W. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches (6th Ed.).* SAGE Publications Inc.

Ekasari, & Putri. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Bagus Jaya Meubel Sidoarjo*.

Flick, U. (2023). *An introduction to qualitative research (7th ed.).* SAGE Publications Inc.

Gandawidjaya, & others. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Family Mart Surabaya*.

Kelvinia, & others. (2021). *Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Alat Kesehatan di Kota Medan*.

Kumar, R. (2023). *Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners* (6th Editio). SAGE Publications.

Lestari. (2020). Analisis kualitas layanan terhadap keputusan klien pada jasa administrasi perkantoran. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *6*(1), 21–30.

Malikah. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Siantar Top Tbk di Bekasi*.

Mashita, A., & Nugraha, A. P. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tanggap, dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Masyarakat pada Yayasan Nurul Khair Madani (TPU Sungai Panas). *Jurnal Semesta Ilmu Manajemen Dan Ekonomi*.

Neuman, W. L. (2022). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (9th Editio). Pearson Education.

Nugraha, A. P. (2024). Ethics Of The Workplace And Value-Based Leadership: How To Get Employees To Act Ethically. *Postgraduate Management Journal*, *3*(2), 12–23. https://doi.org/https://doi.org/10.36352/pmj.v3i2.733

Nugraha, A. P., Judijanto, L., Adhikara, C. T., Putra, F. M., & ... (2025). *STRATEGI PERTUMBUHAN BISNIS: Dari Start-Up Menjadi Pemimpin Pasar*. Yayasan Literasi Sains Indonesia.

Nugraha, A. P., Lisbet, Z. T., Judijanto, L., Ishak, R. P., Syamsuri, Azizah, N., Pasolo, F., Purnami, M. D., Prasetyo, I., Sulaeman, M., Putri, R. I., Astuti, S., & Mikrajab, M. A. (2026). *Leadership dan Organizational Culture dalam Perubahan Bisnis Modern* (C. T. Adhikara & N. A. Santoso (eds.); Cetakan Pe). Yayasan Literasi Sains Indonesia.

Nugraha, A. P., Mulyadi, M., & Suriani, S. (2024). Customer Journey Mapping: Understanding Consumer Behavior Digitally. *Berajah Journal*. https://www.ojs.berajah.com/index.php/go/article/view/322

Nugraha, A. P., & Suriani, S. (2026). *Manajemen Keperilakuan (Budaya Kerja Digital)* (Cetakan Pe). Yayasan Pendidikan Ibnu Sina Batam (YAPISTA).

Nugroho. (2020). Pengaruh kualitas layanan dan responsivitas terhadap keputusan pengguna jasa keimigrasian. *Jurnal Pelayanan Publik*, *4*(2), 55–65.

Nurhaeni, & Indrawan. (2024). *Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Perintis Logam Mangga Besar*.

Prasetyo, & Santoso. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Cafe Kala Seduh*.

Rahmawati. (2022). Pengaruh harga dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan jasa notaris. *Jurnal Hukum Dan Bisnis*, *8*(1), 60–70.

Sari, D., & Saputra, R. (2021). Pengaruh persepsi harga dan nilai terhadap keputusan menggunakan jasa perpajakan. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, *12*(2), 78–88.

Schutt, R. K. (2021). *Investigating the Social World: The Process and Practice of Research* (10th Editi). SAGE Publications.

Sofianto. (2022). *Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.

Valencia. (2025). *Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.

Yin, R. K. (2020). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th Editio). SAGE Publications.

Yuliastuti, H. (2025). Effect of Price Perception, Brand Trust, and Product Quality on Consumer Buying Behavior. *Journal Management \& Economics Review (JUMPER)*, *3*(4).