

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pelanggan dalam Memilih Tempat Penitipan Anak (*Daycare*) Rumah Anakku Bintaro, Jakarta Selatan

Shelli Noviyanti*, Wahyu Nurul Faroh, Selvi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
Jalan Surya Kencana No. 1, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15417, Indonesia
**shellynoviyanti24@gmail.com*

Kata Kunci
kualitas pelayanan;
lokasi;
keputusan pelanggan

Abstrak Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam memilih Daycare Rumah Anakku Bintaro, baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian bersifat asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh 88 responden. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner, sedangkan analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear sederhana, regresi linear berganda, serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} (23,473) > T_{tabel} (1,988)$ dan $Sig. 0,000 < 0,05$, sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Lokasi juga berpengaruh positif dan signifikan, ditunjukkan nilai $T_{hitung} (22,294) > T_{tabel} (1,988)$ dan $Sig. 0,000 < 0,05$, sehingga H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Secara simultan, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan, dengan $F_{hitung} 573,107 > F_{tabel} 3,104$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,916 menunjukkan bahwa 91,6% variasi keputusan pelanggan dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Hasil ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam memilih Rumah Anakku Daycare Bintaro.

Keywords:
service quality;
location;
customer decision

Abstract The purpose of this study is to determine the effect of service quality and location on consumer decisions in choosing Daycare Rumah Anakku Bintaro, both partially and simultaneously. This research employs an associative method with a quantitative approach. The sample was determined using the Slovin formula with a 5% margin of error, resulting in 88 respondents. Data collection was conducted through questionnaires, while data analysis included validity test, reliability test, classical assumption test, simple linear regression, multiple linear regression, and hypothesis testing. The results show that service quality has a positive and significant effect on customer decisions. This is evidenced by the value of $T_{hitung} (23.473) > T_{tabel} (1.988)$ and $Sig. 0.000 < 0.05$, leading to the rejection of H_{01} and acceptance of H_{a1} . Location also has a positive and significant effect, as indicated by $T_{hitung} (22.294) > T_{tabel} (1.988)$ and $Sig. 0.000 < 0.05$, so H_{02} is rejected and H_{a2} is accepted. Simultaneously, service quality and location have a positive and significant effect on customer decisions, with $F_{hitung} (573.107) > F_{tabel} (3.104)$ and $Sig. 0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) of 0.916 indicates that 91.6% of the variation in customer decisions can be explained by these two variables. These findings confirm that service quality and location, both partially and simultaneously, significantly influence customer decisions in choosing Rumah Anakku Daycare Bintaro.

PENDAHULUAN

Perubahan gaya hidup masyarakat urban, khususnya di wilayah Jakarta Selatan, telah memunculkan kebutuhan baru dalam sektor jasa, salah satunya layanan penitipan anak (*daycare*). Meningkatnya jumlah keluarga dengan kedua orang tua bekerja menjadikan *daycare* sebagai solusi penting untuk mendukung pengasuhan anak selama jam kerja. Dalam konteks ini, ibu bekerja memegang peran sentral. Dengan tuntutan pekerjaan yang semakin tinggi dan keterbatasan waktu, orang tua membutuhkan alternatif yang tidak hanya menjamin keamanan dan kenyamanan anak, tetapi juga mendukung tumbuh kembangnya melalui stimulasi edukatif dan sosial.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) perempuan di DKI Jakarta mencapai 50,12% pada tahun 2023. Angka tersebut lebih tinggi di Jakarta Selatan, yakni 51,76%, dengan 50,94% perempuan bekerja pada sektor profesional di tahun 2024. Tingginya partisipasi ini menunjukkan meningkatnya kebutuhan akan fasilitas pendukung seperti *daycare*. Namun, masih terdapat kesenjangan dengan TPAK laki-laki yang mencapai 80,35%, sehingga peluang peningkatan partisipasi perempuan di masa depan masih terbuka lebar. Hal ini berimplikasi pada semakin tingginya permintaan *daycare*.

Kawasan Bintaro, sebagai bagian dari Jakarta Selatan yang berkembang pesat secara residensial dan komersial, menjadi lokasi strategis bagi pengembangan *daycare*. Meski demikian, hasil pra-survei di Rumah Anaku *Daycare* Bintaro menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan masih rendah, dengan hanya 49,8% responden yang puas terhadap faktor keputusan memilih *daycare*. Dimensi kualitas pelayanan seperti keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati dinilai belum optimal, sementara aspek lokasi juga dianggap kurang strategis dibandingkan kompetitor seperti Kinder Castle *Daycare*.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan konsumen ((Pennerstorfer & Pennerstorfer, 2021; Safitri Amelia et al., 2019)), namun belum banyak yang meneliti keduanya secara simultan dalam konteks layanan *daycare* di kawasan urban. Hal ini menunjukkan adanya *research gap* yang menjadi dasar penelitian ini. Kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini adalah mengintegrasikan faktor kualitas pelayanan dan lokasi dalam menjelaskan keputusan konsumen pada layanan *daycare*.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan konsumen dalam memilih Rumah Anaku *Daycare* Bintaro, Jakarta Selatan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengendalian untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Kusumasondjaja & Tjiptono, 2019). Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2019) mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL): *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Parasuraman et al., 2019) di dalam (Lupiyoadi, 2020).

Dalam konteks *daycare*, kualitas pelayanan tidak hanya mencakup fasilitas fisik, tetapi juga perhatian pengasuh, keamanan anak, serta komunikasi yang baik dengan orang tua. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin besar peluang konsumen untuk menggunakan layanan tersebut (Yuliana & Putra, 2023). Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih *daycare*.

Lokasi

Lokasi merupakan faktor strategis yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa (Kotler & Keller, 2020). Lokasi yang mudah diakses, strategis, dan dekat dengan konsumen lebih dipilih karena memberikan kenyamanan serta efisiensi waktu. Dalam konteks *daycare*, faktor lokasi meliputi kemudahan akses dari tempat tinggal atau kantor orang tua, lingkungan yang aman dan mendukung perkembangan anak, serta ketersediaan fasilitas pendukung di sekitar lokasi (Ridwan & Tri Widiyanti Natalia, 2024).

Penelitian Maharani dan Badarudin (2022) membuktikan bahwa lokasi yang strategis berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih layanan jasa (Maharani & Badaruddin, 2022). Dengan demikian, lokasi yang tepat dapat meningkatkan daya saing *daycare* di tengah persaingan layanan penitipan anak.

Keputusan pelanggan

Keputusan pelanggan adalah proses pemilihan alternatif terbaik dari berbagai pilihan (Kotler & Keller, 2020). Tahapan keputusan mencakup pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Dalam konteks *daycare*, keputusan orang tua dalam memilih layanan penitipan anak dipengaruhi oleh faktor keamanan, kualitas pengasuhan, lokasi yang strategis, serta kepercayaan terhadap pengelola *daycare*.

Hasil penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berperan penting dalam menentukan keputusan konsumen (Abdiguna & Faroh, 2023) (Hartono & Pratiwi, 2022). Dengan demikian, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pelanggan akan membantu pengelola *daycare* meningkatkan layanan dan strategi pemasarannya.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Menurut Sugiyono (2019), penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X_1) dan lokasi (X_2), sedangkan variabel terikat adalah keputusan pelanggan (Y) dalam memilih *Daycare* Rumah Anakku Bintaro.

Populasi penelitian adalah seluruh orang tua atau wali murid pengguna layanan *Daycare* Rumah Anakku Bintaro periode 2020–2024, yaitu sebanyak 570 orang. Sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 5% (0,05), sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 88 responden (Arikunto, 2019).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Kuesioner merupakan seperangkat pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk memperoleh jawaban mengenai variabel yang diteliti (Sugiyono, 2019). Instrumen penelitian menggunakan skala Likert dengan rentang 1 sampai 5, dari *sangat tidak setuju* (1) hingga *sangat setuju* (5)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung = 23,473 > t tabel = 1,988 dengan Sig. 0,000 < 0,05, sehingga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan. Variabel lokasi juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan t hitung = 22,294 > t tabel = 1,988 dan Sig. 0,000 < 0,05.

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa F hitung = 573,107 > F tabel = 3,104 dengan Sig. 0,000 < 0,05, sehingga kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan. Nilai $R^2 = 0,916$ menunjukkan bahwa 91,6% variasi keputusan pelanggan dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan lokasi, sedangkan 8,4% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

HASIL dan PEMBAHASAN

Uji regresi linear berganda

Tabel 1. Hasil analisis regresi linear berganda

Variabel	Koefisien (B)	t hitung	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,492	23,473	0,000	Signifikan
Lokasi	0,315	22,294	0,000	Signifikan
Konstanta	0,091	-	-	-

Sumber: Hasil olah data SPSS.

Berdasarkan tabel di atas, hasil regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pelanggan. Nilai koefisien untuk kualitas pelayanan sebesar 0,492 dan lokasi sebesar 0,315, yang berarti semakin baik kualitas pelayanan dan semakin strategis lokasi *daycare*, maka semakin tinggi keputusan orang tua untuk menggunakan layanan.

Uji hipotesis

Tabel 2. Uji hipotesis

Jenis Uji	Nilai Hitung	Nilai Tabel	Sig.	Keterangan
Uji t ($X_1 \rightarrow Y$)	23,473	1,988	0,000	Signifikan
Uji t ($X_2 \rightarrow Y$)	22,294	1,988	0,000	Signifikan
Uji F ($X_1, X_2 \rightarrow Y$)	573,107	3,104	0,000	Signifikan

Sumber: Hasil olah data SPSS.

Berdasarkan hasil uji t di atas menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan ($t = 23,473$; Sig. 0,000) dan lokasi ($t = 22,294$; Sig. 0,000) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan. Sementara itu, uji F memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan juga signifikan memengaruhi keputusan pelanggan (F hitung = 573,107 > F tabel = 3,104). Dengan demikian hipotesis penelitian diterima.

Uji koefisien korelasi dan determinasi

Tabel 3. Koefisien korelasi dan determinasi

R	R ²	Keterangan
0,957	0,916	91,6% variasi keputusan pelanggan dijelaskan oleh kualitas pelayanan & lokasi

Sumber: Hasil olah data SPSS.

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,957 menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel kualitas pelayanan dan lokasi dengan keputusan pelanggan. Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,916 mengindikasikan bahwa 91,6% variasi keputusan pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen, sedangkan 8,4% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan (Y) dalam memilih Rumah Anakku Daycare. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung 32,181 > t tabel 1,661 dan Sig 0,000 < 0,05, yang berarti semakin

baik kualitas pelayanan, semakin tinggi pula keputusan orang tua untuk menggunakan layanan *daycare*.

Selain itu, lokasi (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan, dengan nilai t hitung $4,110 > t$ tabel $1,661$ dan $\text{Sig } 0,000 < 0,05$. Temuan ini mengindikasikan bahwa lokasi yang strategis dan mudah diakses turut meningkatkan minat orang tua dalam memilih layanan penitipan anak.

Secara simultan, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan dengan nilai F hitung $613,784 > F$ tabel $3,094$ dan $\text{Sig } 0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi R^2 sebesar $0,930$ menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut menjelaskan 93% variasi keputusan pelanggan, sedangkan 7% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan dan penentuan lokasi yang tepat secara bersama-sama dapat memperkuat keputusan orang tua dalam memilih Rumah Anakku Daycare.

Penelitian berikutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti harga, kepercayaan, dan citra lembaga guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Penelitian juga dapat diperluas pada berbagai cabang daycare lain agar hasilnya lebih representatif dan generalisasi temuan dapat ditingkatkan.

PENGHARGAAN

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, puji syukur ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyampaikan terima kasih kepada kedua orang tua atas doa dan dukungan yang tiada henti, serta kepada pihak Rumah Anakku Daycare Bintaro, Jakarta Selatan yang telah memberikan izin dan kesempatan sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Penelitian ini sepenuhnya dibiayai secara mandiri oleh penulis, tanpa menerima dukungan dana dari pihak manapun.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdiguna, S., & Faroh, W. N. (2023). Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 779–792.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, R., & Pratiwi, N. (2022). The role of location strategy on consumer decision-making in childcare services. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 210–221.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education Limited.

- Kusumasondjaja, S., & Tjiptono, F. (2019). Endorsement and visual complexity in food advertising on Instagram. *Internet Research*, 29(4), 659–687. <https://doi.org/10.1108/IntR-11-2017-0459>.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen pemasaran jasa* (5th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Maharani, P., & Badaruddin, M. (2022). *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Politik dan Hubungan Internasional*. 2020, 1–15.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (2019). A conceptual model of service quality. *Journal of Marketing Research*, 335–343.
- Pennerstorfer, A., & Pennerstorfer, D. (2021). Inequalities in Spatial Accessibility of Childcare: The Role of Non-profit Providers. *Journal of Social Policy*, 50(1), 122–147. <https://doi.org/10.1017/S0047279419000990>.
- Ridwan, H. S., & Tri Widiyanti Natalia. (2024). Harapan Orang Tua terhadap Pemilihan Clubhouse secara Keruangan. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, 13(4), 181–189. <https://doi.org/10.32315/jlbi.v13i4.398>.
- Safitri Amelia, Hartini Salamah, & Mohammad Sofyan. (2019). Effect of Marketing Strategy and Service Quality Against the Decisions of Parents. *Ilomata International Journal of Management*, 1(1), 31–37. <https://doi.org/10.52728/ijjm.v1i1.31>.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yuliana, E., & Putra, D. (2023). Digital marketing and service quality: Their impact on customer decisions. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Digital*, 33–45.