

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Distributor *Beauty Glow Skincare* Trenggalek

Silvi Ayu Firmanda

Universitas Bhinneka PGRI

Korespondensi penulis: silviayufirmanda9@gmail.com

Imam Sukwatus Suja'i

Universitas Bhinneka PGRI

Alamat: Jl. Mayor Sujadi No.7, Manggis, Plosokandang, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur

Abstract. *This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction, determine the effect of location on customer satisfaction, and to determine the effect of Service Quality and Location on Customer Satisfaction of Beauty Glow Skincare Trenggalek Distributor. The number of samples in this study amounted to 110 respondents. The results of this study indicate that partially Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction with a $t_{count} > t_{table}$ value of $10.311 > 1.982$, partially Location has a positive and significant effect on Customer Satisfaction with a $t_{count} < t_{table}$ value of $5.157 > 1.982$, simultaneously quality service and location have a positive and significant effect on customer satisfaction with a value of $F_{count} > F_{table}$, namely $80.989 > 3.09$. The coefficient of determination value of 59.5% shows that Service Quality and Location affect Customer Satisfaction and the remaining 40.5%.*

Keywords: *The influence, service quality, location, customer satisfaction.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan, dan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Distributor *Beauty Glow Skincare* Trenggalek. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 110 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $10,311 > 1,982$, secara parsial Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $5,157 > 1,982$, secara simultan kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $80,989 > 3,09$. Nilai koefisien determinasi sebesar 59,5% memperlihatkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Lokasi mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan sisanya 40,5%.

Kata kunci: Pengaruh, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Pelanggan

LATAR BELAKANG

Dengan situasi yang seperti itu, pelaku usaha diuntut untuk tanggap dalam menghadapi persaingan usaha agar usaha yang sudah di dirikan dapat berkembang dengan baik. Memperhatikan kepentingan pelanggan dengan melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan merupakan satu hal yang menjadi kunci untuk keberhasilan suatu usaha dalam persaingan yang semakin ketat ini.

Kepuasan pelanggan sangat berpengaruh pada suatu usaha, karena merupakan salah satu faktor kunci untuk mempertahankan pelanggannya dengan dibantu oleh beberapa faktor lain yang mendukung kepuasan pelanggan. Hal ini tentu saja menjadi hal yang sangat penting bagi pelaku usaha, karena dalam praktiknya seluruh usaha baik yang bergerak pada bidang jasa maupun barang pasti mengutamakan kepuasan yang di dapatkan oleh pelanggan pada saat melakukan pembelian barang ataupun pemakaian jasa. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Distributor *Beauty Glow Skincare* sudah terbilang cukup baik. Namun, dalam praktiknya masih ada beberapa hal yang perlu di tingkatkan lagi seperti jam operasional toko yang tidak sesuai dengan jam yang sudah ditentukan, selain itu masih ada beberapa pegawai yang memberikan pelayanan yang masih terbilang belum cukup ramah.

Selain kualitas pelayanan, letak lokasi suatu perusahaan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Setiap pelaku usaha harus pandai dalam memilih lokasi yang akan digunakan sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatan operasionalnya. lokasi yang mudah diakses dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian kebutuhan. Sebuah tempat usaha yang memiliki letak yang strategis pasti akan lebih berkembang di bandingkan dengan lokasi usaha yang kurang strategis.

Pemilihan lokasi juga sebagai tempat operasional toko ini sudah sangat tepat, berada di pusat kota, dekat dengan pusat perbelanjaan, dan mudah dijangkau oleh pelanggan. Sehingga pada saat pelanggan ingin melakukan pembelian produk ataupun melakukan perawatan wajah lebih efisien dan mudah. Namun, kurangnya lahan parkir menjadi salah satu kekurangan lokasi dari Distributor *Beauty Glow Skincare* ini. Lahan parkir merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu toko ataupun perusahaan. Kurangnya lahan parkir yang dimiliki oleh distributor *Beauty Glow Skincare* ini membuat beberapa konsumen harus memarkirkan kendaraan yang dibawanya dibahu jalan. Tentu saja hal ini dapat mengganggu aktivitas lalu lintas bagi pengguna jalan lain. Selain

mengganggu pengguna jalan lain, parkir yang berada di bahu jalan ini juga membuat konsumen merasa kendaraannya kurang aman. Hal ini tentu saja mempengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh kualitas pelayanan dan letak lokasi suatu usaha terhadap kepuasan pelanggan. Dengan adanya penelitian mengenai kualitas pelayanan ini nantinya dapat digunakan sebagai hal utama dalam mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila mampu membuat pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan produk yang diberikan.

KAJIAN TEORITIS

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2014) kepuasan pelanggan yaitu situasi kognitif pembeli yang berhubungan dengan kesepadan (kesesuaian/kesenangan) atau ketidaksepadan (tidak senang) dari hasil yang diperoleh dengan dibandingkan pengorbanan yang telah dilakukan (Ibrahim & Thawil, 2018). Sedangkan menurut Tjiptono (2014:354), kepuasan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen. Sedangkan ketidakpuasan muncul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan (Sinaga & Si, 2020).

Kualitas Pelayanan

Menurut Sherly (2018) dalam (Suja'i & Wafa, 2022) Kualitas pelayanan adalah semacam strategi yang di keluarkan perusahaan untuk meraih keunggulan dalam persaingan pasar serta strategi untuk memenuhi harapan dan keinginan pelanggan, kualitas pelayanan juga merupakan alat tolak ukur seberapa jauh perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Sedangkan menurut Kotler (2012:23) dalam (Sinaga & Si, 2020) kualitas pelayanan diartikan sebagai keseluruhan ciri dari barang dan jasa yang mempengaruhi pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan.

Lokasi

Menurut Tjiptono (2006), place adalah keputusan distribusi yang menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Lokasi berarti berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya (Lupiyoadi, 2013:96). Menurut Ghanimata (2012:3), lokasi merupakan letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba.

Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan menentukan keberhasilan usaha tersebut dimasa yang akan datang (Senggetang et al., 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif, adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif korelasi. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yakni Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2). Sedangkan Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *SPSS for Windows 23.0 Version*. Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini ialah angket/kuesioner dengan cara membagikan beberapa pernyataan kepada responden. Uji coba instrument penelitian ini menggunakan Uji Validitas dan Reliabilitas. Populasi dalam penelitian ini adalah 733 konsumen Distributor *Beauty Glow Skincare* Trenggalek dengan sampel penelitian yang berjumlah 110 Konsumen.

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini ialah *probability sampling* yang selanjutnya menggunakan teknik *Random Sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini ialah Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Linieritas, Uji Multikolinieritas dan Uji Heteroskedastisitas), Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis (Uji t, Uji F dan Koefisien Determinasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di Distributor *Beauty Glow Skincare* Trenggalek dengan sampel penelitian yang berjumlah 110 konsumen. Penelitian ini menyajikan hasil data dengan menggunakan angket yang disebarakan secara *offline* kepada responden.

Kepuasan Pelanggan (Y)

Data mengenai Kepuasan Pelanggan diperoleh melalui angket/kuesioner yang terdiri dari 20 item pernyataan dengan 5 alternatif jawaban. Berdasarkan hasil jawaban responden dapat diketahui bahwa pelanggan yang memiliki tingkat kepuasan sangat tinggi sebanyak 39, pelanggan yang memiliki tingkat kepuasan tinggi sebanyak 70, pelanggan yang memiliki tingkat kepuasan sedang sebanyak 1, pelanggan yang memiliki tingkat kepuasan rendah sebanyak 0, dan pelanggan yang memiliki tingkat kepuasan sangat rendah sebanyak 0. pelanggan yang memiliki tingkat kepuasan sangat tinggi sebanyak 39, pelanggan yang memiliki tingkat kepuasan tinggi sebanyak 70, pelanggan

yang memiliki tingkat kepuasan sedang sebanyak 1, pelanggan yang memiliki tingkat kepuasan rendah sebanyak 0, dan pelanggan yang memiliki tingkat kepuasan sangat rendah sebanyak 0.

Kualitas Pelayanan (X₁)

Data mengenai Kualitas Pelayanan diperoleh melalui angket/kuesioner yang terdiri dari 20 item pernyataan dengan 5 alternatif jawaban. diketahui bahwa kategori kualitas pelayanan sangat baik sebanyak 56, kategori kualitas pelayanan baik sebanyak 54, kategori kualitas pelayanan sedang sebanyak 0, kategori kualitas pelayanan buruk sebanyak 0, dan kategori kualitas pelayanan sangat buruk sebanyak 0. Lebih lanjut, persentase mengenai data kualitas pelayanan diketahui bahwa sebanyak 51% kategori kualitas pelayanan sangat baik, sebanyak 49% kategori kualitas pelayanan baik, sebanyak 0% kategori kualitas pelayanan sedang, sebanyak 0% kategori kualitas pelayanan rendah, dan sebanyak 0% kategori kualitas pelayanan baik sangat rendah. Maka dapat disimpulkan bahwa Distributor *Beauty Glow Skincare* Trenggalek dalam penelitian ini memiliki kualitas pelayanan tinggi.

Lokasi (X₂)

Data mengenai Lokasi diperoleh melalui angket/kuesioner yang terdiri dari 20 item pernyataan dengan 5 alternatif jawaban. diketahui bahwa kategori lokasi sangat baik sebanyak 25, kategori lokasi baik sebanyak 85, kategori lokasi sedang sebanyak 0, kategori lokasi buruk sebanyak 0, dan kategori lokasi sangat buruk sebanyak 0. Berdasarkan hasil jawaban responden dapat diketahui bahwa sebanyak 23% kategori lokasi sangat baik, sebanyak 77% kategori lokasi baik, sebanyak 0% kategori lokasi sedang, sebanyak 0% kategori lokasi rendah, dan sebanyak 0% kategori lokasi baik sangat rendah. Maka dapat disimpulkan bahwa Distributor *Beauty Glow Skincare* Trenggalek dalam penelitian ini memiliki lokasi yang baik

Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, untuk menguji normalitas data peneliti menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Berdasarkan hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,200 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi berdistribusi normal.

Uji Linieritas

Uji linieritas dalam penelitian ini memiliki maksud untuk memeriksa apakah data telah sesuai dengan garis linier, dengan kata lain apakah hubungan antar variabel mengikuti arah garis lurus atau tidak (Ghozali, 2016). Berdasarkan hasil uji linieritas Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) menunjukkan bahwa nilai *Deviation fro Linierity* sebesar 0,813 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih rendah dari 0,05 ($0,813 > 0,05$). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa terhadap hubungan yang linier antara Kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Selanjutnya adalah hasil uji linieritas antara Lokasi (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) menunjukkan bahwa nilai *Deviation fro Linierity* sebesar 0,647 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih rendah dari 0,05 ($0,647 > 0,05$). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa terhadap hubungan yang linier antara Lokasi (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki maksud untuk memeriksa apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara variabel bebasnya (Ghozali, 2016). Berdasarkan hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* untuk masing-masing variabel bebas sebesar 0,957 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,1 ($0,957 > 0,1$). Sementara itu, untuk nilai *VIF* masing-masing variabel bebas adalah sebesar 1,045 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 10 ($1,045 < 10$). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini memiliki maksud untuk memeriksa apakah pada satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians antara residual (Ghozali, 2016). Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik berdistribusi secara acak dan menyebar melewati angka 0 pada sumbu Y , serta tidak membentuk pola tertentu. Demikian dapat dinyatakan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda**Tabel 1** Hasil Analisis Linier Berganda

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|-----------------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | | | |
| 1 | (Constant) | -15.662 | 7.825 | | -2.002 | .048 |
| | Kualitas Pelayanan | .784 | .076 | .643 | 10.311 | .000 |
| | Lokasi | .396 | .077 | .321 | 5.157 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 1 didapatkan persamaan regresi berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = -15,662 + 0,784 X_1 + 0,396 X_2$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta () sebesar -15.662, artinya bahwa jika variabel independen nilainya tetap (konstan), maka nilai kepuasan pelanggan adalah sebesar -15.662. Nilai konstanta negatif dapat diinterpretasikan bahwa kepuasan pelanggan akan memiliki nilai (-15,662) apabila Distributor Beauty Glow Skincare Trenggalek tidak memberikan kualitas pelayanan (X_1) dan lokasi (X_2) yang baik dan memadai bagi pelanggan atau dengan kata lain, koefisien X_1 dan X_2 nilainya adalah 0. Sehingga, agar nilai konstanta meningkat dan bernilai positif maka koefisien X_1 dan X_2 tidak boleh bernilai 0 dan harus memiliki hubungan yang positif terhadap Y yang mana hasil regresi linier berganda pada Tabel 1 menunjukkan bahwa koefisien X_1 bernilai 0,784 sedangkan koefisien X_2 bernilai 0,396, dan berhubungan positif terhadap Y . Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian telah layak dan memenuhi syarat.
- Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien positif sebesar 0.748, artinya jika setiap kenaikan satu-satuan kualitas pelayanan dengan asumsi nilai variabel lain tetap (konstan), maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.748.
- Variabel lokasi memiliki nilai koefisien positif sebesar 0.396, artinya jika setiap kenaikan satu-satuan variabel lokasi dengan asumsi nilai variabel lain tetap (konstan), maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.396.

Uji t

Uji t dalam penelitian ini memiliki maksud untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan pelanggan (Y) dan Lokasi (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Maka berdasarkan hasil uji t pada Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $(10,311) > 1,982$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa H_1 diterima.

Sedangkan untuk Lokasi (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $5,157 > 1,982$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Lokasi (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa H_2 diterima.

Uji F

Tabel 2 Hasil Uji F (Simultan)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 2305.129 | 2 | 1152.565 | 80.989 | .000 ^b |
| | Residual | 1522.725 | 107 | 14.231 | | |
| | Total | 3827.855 | 109 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil olah peneliti, 2023

Uji F dalam penelitian ini memiliki maksud untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, yakni pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan hasil uji F pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yakni $80,909 > 3,08$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa H_3 diterima.

Koefisien Determinasi

Tabel 3 Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | R Square Change | Change Statistics | | | Sig. F Change |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-----------------|-------------------|-----|-----|---------------|
| | | | | | | F Change | df1 | df2 | |
| 1 | .776 ^a | .602 | .595 | 3.77241 | .602 | 80.989 | 2 | 107 | .000 |

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olah peneliti, 2023

Koefisien determinasi dalam penelitian ini memiliki maksud untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel bebas yakni Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap variabel terikat yakni Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,595 atau sebesar 59,5%. Hal ini menunjukkan bahwa 59,5% perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel X_1 dan variabel X_2 . Sedangkan sisanya sebesar 40,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel X_1 dan variabel X_2 .

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan perhitungan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis yang menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $10,311 > 1,664$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh M.Aziz Mukhlis (2019) dimana hasilnya menunjukkan bahwa t_{hitung} 1,721 dan t_{tabel} 1,665 sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Sehingga pelanggan merasa puas.

Maka dalam hal ini sesuai dengan teori Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2008:85).

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan perhitungan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi (X_2) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan Hal ini dibuktikan dari hasil analisis yang menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $5,157 > 1,982$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukhlis (2019) dimana hasilnya didapatkan bahwa Untuk Uji t Lokasi (X_1) dengan angka t hitung sebesar 3,545 lebih besar dari t tabel 1,665. Dapat disimpulkan bahwa Lokasi mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Maka dalam hal ini sesuai dengan teori Ghanimata (2012:3), lokasi merupakan letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $80,989 > 3,08$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Maka dalam hal ini sesuai dengan teori kualitas pelayanan dan lokasi merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan serta terjadinya keputusan pembelian (Mukhlis., 2019).

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Terdapat pengaruh secara parsial Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan yang signifikan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $210,311 > 1,982$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. Terdapat pengaruh secara parsial Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan yang signifikan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $5,157 > 1,982$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
3. Terdapat pengaruh secara simultan Kualitas Pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan yang signifikan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $80,989 > 3,08$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
4. Pada koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai determinan pada kolom *Adjusted R Square* sebesar 0,595 atau sebesar 59,5%. Hal ini menunjukkan bahwa 59,5% perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel X_1 dan

variabel X2. Sedangkan sisanya sebesar 40,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel X1 dan variabel X2.

DAFTAR REFERENSI

- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). *Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia*. 89–98.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan VIII*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobile Broadband Di Kota Palembang. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 4(1), 43–63. <https://doi.org/10.32524/jkb.v16i1.573>
- Senggetang, V., L.Mandey, S., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Sinaga, R. V., & Si, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20, 141–150.
- Suja'i, I. S., & Wafa, F. H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan Nextgrow Barbershop di Desa Pandean Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 2(3), 741–745.