

## Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Rahman Aziez Herdian<sup>1\*</sup>, Cece Rakhmat<sup>2</sup>, Suci Putri Lestari<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Perjuangan Tasikmalaya, Tasikmalaya, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Perjuangan Tasikmalaya, Tasikmalaya, Indonesia

<sup>3</sup>Universitas Perjuangan Tasikmalaya, Tasikmalaya, Indonesia

### ARTICLE INFORMATION

Received: 13 September 2022

Revised: 15 Oktober 2022

Accepted: 1 November 2022

DOI : 10.57151/jeko.v1i2.32

### KEYWORD

Lokasi; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Konsumen

*Location; Service Quality; Customer Satisfaction*

### CORRESPONDING AUTHOR

Nama : Rahman Aziez Herdian

Address: Tasikmalaya, Indonesia

E-mail : rahmanaziez21@gmail.com

No. Tlp : +6281312918861

### A B S T R A C T

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Toko Tasik Aquarium. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Sampel yang dikeluarkan adalah 100 responden. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan sekunder. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda, analisis penilaian, analisis koefisien determinasi menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki peran yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Tasik Konsumen. Secara parsial, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Tasik Aquarium.

*This study aims to determine the effect of partially and simultaneously the influence of location and service quality on customer satisfaction at Tasik Aquarium Stores. The method used in this research is descriptive research with quantitative methods. The sample issued is 100 respondents. The data collected consists of primary and secondary data. Data analysis in this study used multiple linear regression, assessment analysis, coefficient of determination analysis using SPSS version 25 software. The results showed that location and service quality simultaneously had a significant role on consumer satisfaction at Tasik Consumer Stores. Partially, the location and quality of service have a significant effect on consumer satisfaction at the Tasik Aquarium Store.*

## PENDAHULUAN

Bagi sebagian orang, memelihara suatu jenis hewan dapat mendatangkan suatu kepuasan pribadi baik secara lahir maupun batin. Salah satu jenis hewan peliharaan yang lazim dipelihara adalah ikan, khususnya ikan hias. Banyaknya akuarium dan juga para penjual ikan hias serta para pengunjung yang mengunjunginya. Pelaku usaha yang bergerak dibidang ikan hias harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat usaha tersebut melakukan seluruh kegiatannya.

Lokasi usaha yang menjadikan tempat itu sendiri, tata letak, kemudahan bertransportasi, kenyamanan serta kebersihan menjadikan faktor yang penting dalam pemilihan tempat untuk *display* ikan hias. Berikut komponen yang menyangkut lokasi: pemilihan lokasi strategis, mudah untuk dijangkau (pinggir jalan raya utama), dekat perkotaan/di tengah kota, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya (Fure, 2013).

Dengan kualitas pelayanan (*service quality*) yang baik diharapkan kepuasan pelanggan atau konsumen akan tercapai dan terpenuhi. Apabila kualitas pelayanan itu buruk dapat menimbulkan ketidakpuasan konsumen dan dapat menimbulkan persuasi terhadap konsumen lain untuk tidak melakukan pembelian (Wahyunita Sitingjak. *et all*, 2022). Adanya komunikasi dan pelayanan yang baik dapat memacu ikatan hubungan yang kuat antara konsumen dan toko tersebut. Dengan banyak nya pesaing, maka semakin banyak pula pilihan konsumen untuk memilih kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan keinginannya (Lubis & Andayani, 2018).

Dengan banyak nya pesaing, maka semakin banyak pula pilihan konsumen untuk memilih kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan keinginannya. Maka dengan itu Toko Tasik Aquarium akan lebih meningkat lagi dari segi kualitas pelayanannya, agar para konsumen lebih tertarik untuk

mengunjungi Toko Tasik Aquarium. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, pelayanan yang baik maka akan menimbulkan citra baik di benak para konsumen, dan begitu pula sebaliknya.

**Tabel 1.** Jumlah Penjualan Toko Tasik Aquarium

Bulan	Ikan Guppy	Ikan Cupang	Ikan Koki	Ikan Koi	Ikan Arwana
Januari	230	88	44	15	3
Februari	220	90	28	25	5
Maret	220	105	20	18	8
April	200	87	37	13	4
Mei	245	96	50	16	2
Juni	230	81	19	12	5
July	210	84	28	8	7
Agustus	260	94	25	10	2
September	210	87	34	17	5
Oktober	240	95	41	14	4
November	250	80	27	20	3
Desember	280	130	48	19	9
Jumlah	2.795	1.117	401	187	57

Sumber : Data diolah, 2022

Dari tabel 1, di atas menunjukkan bahwa penjualan ikan dari Toko Tasik Aquarium dalam jangka 1 tahun terakhir selalu mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Hal ini menunjukkan Toko Tasik Aquarium mempunyai letak yang strategis di pusat kota Tasikmalaya dan memiliki kualitas pelayanan yang baik dengan kerapian dan kebersihan yang terjaga yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Toko Tasik Aquarium.

Selain itu berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Bailia, dkk., 2014) menemukan bahwa lokasi penjualan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, namun hal ini berbeda dengan yang dilakukan oleh (Manampiring, dkk., 2016) menemukan bahwa lokasi penjualan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain faktor lokasi penjualan, adapula variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh (Khasanah & Pertiwi, 2010) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Prasetio, 2012), menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan latar belakang di atas berupa fenomena gap dan *research gap*, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Tasik Aquarium”

## METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Sampel yang dikeluarkan adalah 100 responden. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan sekunder yang dikumpulkan melalui kuisisioner selama tiga bulan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda, analisis penilaian, analisis koefisien determinasi menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.

## HASIL & PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh Pengaruh lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Tasik Aquarium pada Konsumen Toko Tasik Aquarium yang menjadi objek penelitian, meliputi: Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen.

Untuk mengetahui pengaruh Pengaruh lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Tasik Aquarium pada Konsumen Toko Tasik Aquarium, penulis menyebarkan

kuesioner sebanyak 100 eksemplar untuk 100 orang responden, disesuaikan dengan ukuran sampel karena penelitian ini merupakan penelitian studi.

**Tabel 2.** Uji Validitas Variabel Lokasi

No Item Pernyataan	r hitung	r table	Nilai korelasi Pearson	sig.	Keterangan
X1.1	0.661	0,1966	,000		Valid
X1.2	0.658	0,1966	,000		Valid
X1.3	0.684	0,1966	,000		Valid
X1.4	0.681	0,1966	,000		Valid
X1.5	0.682	0,1966	,000		Valid
X1.6	0.562	0,1966	,000		Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil uji validitas mengenai Lokasi Toko (X1). Untuk semua pernyataan X1.1 sampai pernyataan X1.6 dari hasil pengujian melalui SPSS versi 25 diperoleh hasil r hitung > r tabel. Sehingga uji validitas Keterjangkauan terpenuhi.

**Tabel 3.** Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No Item Pernyataan	r hitung	r table	Nilai korelasi Pearson	sig.	Keterangan
X2.1	0,764	0,1966	,000		Valid
X2.2	0,762	0,1966	,000		Valid
X2.3	0,749	0,1966	,000		Valid
X2.4	0,756	0,1966	,000		Valid
X2.5	0,746	0,1966	,000		Valid
X2.6	0,763	0,1966	,000		Valid
X2.7	0,774	0,1966	,000		Valid
X2.8	0,749	0,1966	,000		Valid
X2.9	0,750	0,1966	,000		Valid
X2.10	0,751	0,1966	,000		Valid

Sumber: Data diolah 2022

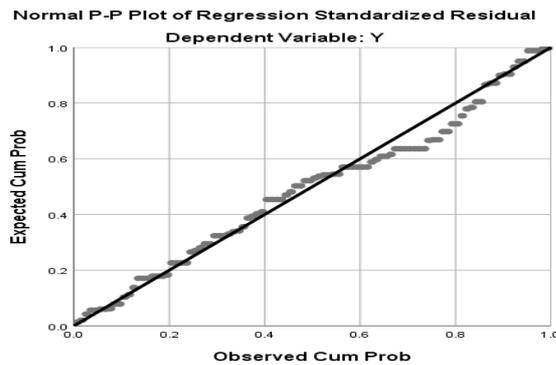
Hasil uji validitas mengenai Kualitas Pelayanan (X2). Untuk semua pernyataan X2.1 sampai pernyataan X2.10 dari hasil pengujian melalui SPSS versi 25 diperoleh hasil r hitung > r tabel. Sehingga uji validitas Kualitas Pelayanan terpenuhi.

**Tabel 4.** Uji Validitas Kepuasan Konsumen

No Item Pernyataan	r hitung	r table	Nilai korelasi Pearson	sig.	Keterangan
Y.1	0,535	0,1966	,000		Valid
Y.2	0,568	0,1966	,000		Valid
Y.3	0,544	0,1966	,000		Valid
Y.4	0,619	0,1966	,000		Valid
Y.5	0,625	0,1966	,000		Valid
Y.6	0,644	0,1966	,000		Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil uji validitas mengenai Kepuasan Konsumen (Y). Untuk semua pernyataan Y.1 sampai pernyataan Y.6 dari hasil pengujian melalui SPSS versi 25 diperoleh hasil r hitung > r tabel. Sehingga uji validitas Kepuasan Konsumen terpenuhi. Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen secara berturut-turut sebesar 0,0705, 0,776 dan 0,735. Sehingga data dinyatakan reliable karena memiliki nilai Cronbach Alpha >0,60



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Data

Dari gambar 1 diatas, hasil uji normalitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak menjau dari garis normal, sehingga dapat dikatakan bawah data terdistribusi normal.

Tabel 5. Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.872	1.468		4.682	.000				
	X1	.151	.056	.140	2.705	.008	.260	.265	.139	.979
	X2	.437	.027	.832	16.054	.000	.852	.852	.823	.979

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program software SPSS 25 diperoleh hasil  $Y = 6,872 + 0,151 X1 + 0,437 X2$

Persamaan regresi di atas dapat diinterpretasikan beberapa hal antara lain sebagai berikut:

Nilai konstanta persamaan diatas adalah sebesar 6,872 yang menunjukkan bahwa jika lokasi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), nilainya 0, dalam arti kedua variabel tersebut tidak mengalami perubahan, maka nilai Y akan sebesar 6,872. Nilai koefisien regresi lokasi sebesar 0,151 artinya apabila variabel lokasi (X1) naik satu satuan sementara kualitas pelayanan bersifat tetap maka kepuasan konsumen naik sebesar 0,151. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan 0,437 artinya apabila variabel kualitas pelayanan (X2) naik satu satuan sementara lokasi bersifat tetap maka kepuasan konsumen naik sebesar 0,437.

Tabel 6. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	222.767	2	111.384	141.745	.000 <sup>b</sup>
	Residual	76.223	97	.786		
	Total	298.990	99			

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan perhitungan program software SPSS 25 diperoleh nilai F hitung sebesar 141,745 dengan nilai sig.0,000. Ternyata nilai sig 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ). Hal ini berarti lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian semakin baik lokasi dan kualitas pelayanan pada konsumen Toko Tasik Aquarium maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Tabel 7. Nilai R Square

Model Summary <sup>b</sup>										
Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change	Durbin-Watson	
				R Square	F Change	df1	df2			
1	.863 <sup>a</sup>	.745	.740	.88645	.745	141.745	2	97	.000	.212

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data diolah, 20222

Hasil perhitungan diperoleh  $R^2$  (koefisien determinasi) sebesar 0,745 atau 74,5% dari angkat tersebut menunjukkan besar pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Tasik Aquarium sebesar 74,5%. Sedangkan faktor lain yang tidak diteliti yang memengaruhi kepuasan konsumen pada Toko Tasik Aquarium pada Toko Tasik Aquarium 25,5%. Faktor yang diteliti oleh peneliti lainnya juga bisa dimasukkan, misalnya bauran pemasaran (Wariki, dkk., 2015) dan variabel promosi (Nurhanifah, 2014).

### Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi pada tabel *coefficients* diperoleh nilai koefisien korelasi antara lokasi (X1) dengan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,265 yang menunjukkan terdapat hubungan yang rendah antara lokasi dengan kepuasan konsumen (Y). Nilai koefisien korelasi tersebut mengandung arti bahwa peningkatan lokasi (X1) akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y). Maka besar pengaruh lokasi (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial adalah sebesar 6,8%

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan berdasarkan tabel *coefficients*. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa  $t$  hitung adalah sebesar  $4,283 > t$  tabel  $1,985$  atau  $\text{sig. } (0,000) < \alpha (0,05)$ , Secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Artinya lokasi membantu tercapainya kepuasan konsumen produk toko tasik aquarium survei pada konsumen toko tasik aquarium. Dari hasil penelitian ini menunjukkan jika penelitian sejalan dengan penelitian (Tarinda & Zaini, 2018) variabel lokasi punya pengaruh positif dan nilai signifikan terhadap suatu kepuasan konsumen, namun bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Manampiring et al., 2016) bahwa variabel lokasi tidak mempengaruhi kepuasan konsumen.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi pada tabel *coefficients* diperoleh nilai koefisien korelasi antara kualitas pelayanan (X2) dengan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,852 yang menunjukkan terdapat hubungan yang rendah antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen (Y). Nilai koefisien korelasi tersebut mengandung arti bahwa peningkatan kualitas pelayanan (X2) akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y). Maka besar pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial adalah sebesar 72%

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan berdasarkan tabel *coefficients* (halaman 81). Dari hasil perhitungan diketahui bahwa  $t$  hitung adalah sebesar  $4,862 > t$  tabel  $1,909$  atau  $\text{sig. } (0,000) < \alpha (0,05)$ , sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Artinya kualitas pelayanan membantu tercapainya kepuasan konsumen produk toko tasik aquarium survei pada konsumen toko tasik aquarium.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan jika penelitian sejalan dengan penelitian (Ibrahim & Thawil, 2019), variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prasetyo, 2012), bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## PENUTUP

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen pada Toko Tasik Aquarium berada dalam klasifikasi sudah baik. Kualitas pelayanan bagi konsumen Toko Tasik Aquarium di klasifikasikan sangat baik, artinya bahwa

Kualitas Pelayanan Toko Tasik Aquarium ini sudah sangat baik. Kepuasan Konsumen Toko Tasik Aquarium menunjukkan klasifikasi cukup baik, artinya bahwa Kepuasan Konsumen, ketiga variabel yang diteliti berdasarkan survey pada konsumen Toko Tasik Aquarium ini sudah baik. Variabel Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Tasik Aquarium. Variabel Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Tasik Aquarium. Berdasarkan hasil uji *RSquare*, maka penelitian selanjutnya agar menambahkan variabel lain diluar penelitian ini misalnya variabel harga dan bauran pemasaran.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1768–1780.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA*, 1(3), 273–283.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Khasanah, I., & Pertiwi, O. D. (2010). Analysis of the Effect of Service Quality to the Consumer Satisfaction of St. St. Elisabeth Semarang IMROATUL. *Jurnal Khasanah Pertiwi*, 12(2), 117–124.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.619>
- Manampiring, A. S., Tumbuan, W. J. A. F., & Wenas, R. S. (2016). Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit PT. Bank Mandiri tbk. Manado. *Harga... 164 Jurnal EMBA*, 4(2), 164–176.
- Nurhanifah, A. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada PT. Maharani Tri Utama Mandiri Cabang Semarang). *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*, 3, 1–76.
- Prasetio, A. (2012). Management Analysis Journal Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(4), 1–8.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfa Beta.
- Tarinda, R., & Zaini, A. (2018). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Scissors Barbershop Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(1), 2016–2019.
- Wahyunita Sitinjak, Chusnu Syarifia Diah Kusuma, Andri Paulus Loe, Rachmatullaily Tinakartika Rinda, Winda Ayu Virginia, Anastasia Bernadin Dwi Mardiatmi, Rabiyyatul Jasiyah, Poniasih Lelawatty, Abel Haryanto, Popy Novita Pasaribu, Acai Sudirman, Sitti Muja, S. I. (2022). Pengantar Bisnis (Konsep E-Marketing). In Hartini (Ed.), *Media Sains Indonesia* (1st ed.).
- Wariki, G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1073–1085. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9286>