



## PENGARUH LOKASI USAHA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

### *INFLUENCE OF BUSINESS LOCATION AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION*

Widodo Ismanto<sup>1</sup>, Zulkifli<sup>2</sup>, T. Munzir<sup>3</sup>, Rona Tanjung<sup>4</sup>, Dini Anggraini<sup>5</sup>

<sup>1,3-5</sup>Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau Kepulauan, Indonesia

<sup>2</sup>Prodi Magister Manajemen, Program pascasarjana, Universitas Riau Kepulauan, Indonesia

<sup>1</sup>widodo@gmail.com, <sup>2</sup>zulkifli@gmail.com, <sup>3</sup>munzir@gmail.com, <sup>4</sup>rona@yahoo.com,

<sup>5</sup>dini@gmail.com

#### **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh lokasi usaha dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan CV. Blue Bros. Variabel dalam penelitian ini untuk variabel bebas meliputi lokasi usaha (X1) dan kualitas pelayanan (X2) dan untuk variabel terikat adalah kepuasan pelanggan (Y). Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dari sumber primer yang dikumpulkan melalui beberapa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan CV. Blue Bros dengan 66 orang terlibat. Teknik pengolahan data yang digunakan adalah dengan metode random sampling dimana seluruh stakeholder CV. Blue Bros sebagai sampel dalam penelitian ini. Metode analisis data yang digunakan adalah pengujian instrumen yang dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Untuk hasil pengujian simultan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Lokasi Usaha; Kualitas Layanan; Kepuasan Pelanggan

#### *Abstract*

*The purpose of this study is to analyze the effect of the business location and services quality on customer satisfaction of CV. Blue Bros. The variables in this study for independent variables include business location (X1) and services quality (X2) and for dependent variable is customer satisfaction (Y). This study uses quantitative data from primary sources those that gathered through some questionnaires. The population on this study are all customer of CV. Blue Bros with 66 people are involved. Data processing techniques used were the random sampling method in which all stakeholders of CV. Blue Bros as a sampled in this study. Data analysis method used is testing instruments made by testing the validity and reliability. While the technique of data analysis used is descriptive analysis method, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results shown of partially testing for business location have a significant effect on customer satisfaction. Services quality variable have a significant effect on performance of employees. And for the results of simultaneous testing, prices and services quality have a significant effect on customer satisfaction.*

*Keyword: Business Location; Services Quality; Customer Satisfaction*

---

*Detail Artikel:*

*Diterima: 13 April 2021*

*Disetujui: 27 Juni 2021*



## PENDAHULUAN

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibanding kompetitor-kompetitor yang ada.

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis jasa pelayanan Pembayaran *Online*. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya jasa-jasa pelayanan pembayaran *online* bermunculan di kota Batam. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap jasa pelayanan pembayaran *online* tersebut. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola jasa pelayanan pembayaran *online* untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding jasa pelayanan pembayaran *online* lainnya. Demikian juga halnya di CV. Blue Bros dimana sebagai salah satu jasa pelayanan pembayaran *online* yang ada di kota Batam, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada.

### Lokasi Usaha

Lokasi usaha merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia

jasa (Tjiptono dan Chandra, 2015). Secara garis besar, ada dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi fasilitas jasa. Pertama, pelanggan mendatangi lokasi fasilitas jasa dan yang kedua adalah penyedia jasa yang mendatangi pelanggan. Selain itu, penyedia jasa dimungkinkan mengkombinasikan keduanya. Sejalan dengan semakin menjamurnya bisnis atau usaha yang menawarkan produk atau jasa yang sejenis, perbedaan yang sangat tipis sekalipun pada lokasi dapat berdampak kuat pada pangsa pasar dan kemampuan sebuah usaha. Disamping itu, keputusan pemilihan suatu lokasi juga mencerminkan komitmen jangka panjang perusahaan dalam hal keuangan, karena merubah lokasi yang buruk kadangkala sulit dilakukan dan sangat mahal (Nugroho dan Paramita, 2019).

Menurut Tjiptono (2015), yang menjadi indikator lokasi usaha adalah sebagai berikut: Strategis, yaitu lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum. Visibilitas, merupakan lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

### **Kualitas Pelayanan**

Tjiptono (2016) menyatakan bahwa “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen”. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kotler dan Keller (2017) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen, dimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan”. Dalam hal ini, konsumen adalah pihak yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa. Menurut Tjiptono (2016) “Persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan nilai menyeluruh atas keunggulan atau jasa”.

### **Kepuasan Konsumen**

Kotler (2017) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Hal ini dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan yaitu dapat menurunkan jumlah pelanggan dan menyebabkan pelanggan tidak tertarik lagi

menggunakan jasa perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan.

Menurut Kotler (2018) indikator kepuasan konsumen antara lain adalah sebagai berikut: Proses peningkatan kualitas pelayanan, yaitu semua aktivitas yang termasuk dalam mengidentifikasi, meriset dan mengembangkan jasa baru secara cepat. Proses manajemen sediaan (Fasilitas yang disediakan), semua aktivitas yang berupa pengembangan dan pengolahan untuk meningkatkan fasilitas yang disediakan bagi konsumen. Proses pemesanan sampai dengan pembayaran (Administrasi), semua aktivitas yang berupa pemesanan, menyetujui dan pembayaran. Proses pelayanan kepada konsumen, semua aktivitas yang berupa kemudahan konsumen untuk mendapatkan pelayanan sesuai keinginan, menjawab dan menyelesaikan masalah konsumen.

Variabel lokasi usaha (X1) terdiri dari 3 (tiga) indikator yaitu strategis, visibilitas, dan lingkungan sekitar. Sedangkan variabel kualitas pelayanan terdiri dari 5 (lima) indikator yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Kepuasan konsumen terdiri dari proses peningkatan kualitas pelayanan, proses manajemen persediaan (fasilitas yang disediakan), proses transaksi sampai dengan pembayaran (administrasi), proses pelayanan kepada konsumen. Sehingga secara matematis dapat ditulis dalam sebuah persamaan dalam sebagai berikut:

$$Y = a + b1. X1 + b2. X2 + e$$

Dimana:

Y = Variabel dependen (Kepuasan Konsumen) a = Konstanta

b1, b2 = Koefisien garis regresi

X1, X2 = Variabel independen (Lokasi Usaha, Kualitas Pelayanan)

E = *Error* / Variabel pengganggu

### **Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Hipotesis ini dimaksudkan untuk memberi arah bagi analisis penelitian. Disini kesimpulan sementara adalah:

1. Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang terhadap kepuasan pelanggan.
3. Lokasi usaha dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **METODOLOGI**

#### **Ruang Lingkup Penelitian**



Ruang lingkup variabel dalam penelitian ini terdiri dari pengaruh lokasi usaha dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen CV. Blue Bros.

### **Jenis dan Sumber Data**

Pada penelitian menggunakan jenis data kuantitatif yang bersumber dari data primer yang dikumpulkan dari responden sebagai sumber data utama dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen CV. Blue Bros.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti (Ferdinand, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dari CV. Blue Bros sebanyak 66 orang dan data tersebut diambil dari data tahunan 2020.

Sampel adalah subjek dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2016). Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, sehingga dibentuk sebuah perwakilan populasi. Perwakilan populasi yang dijadikan sampel adalah pelanggan dari CV. Blue Bros sebanyak 66 orang dengan menggunakan metode *random sampling* dengan menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad n = \frac{200}{(1 + 200 \times 0.1^2)} = 66.66 = 66$$

### **Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan metode angket (kuisisioner) dimana peneliti membuat daftar pertanyaan secara tertulis yang diajukan kepada para responden dari CV. Blue Bros.

### **Operasionalisasi Variabel**

Variabel penelitian dari penelitian yang akan diteliti adalah kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (Y) dan lokasi usaha (X1), dan kualitas pelayanan (X2) sebagai variabel independen (X).

#### 1. Lokasi Usaha (X1)

Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha.

#### 2. Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan



keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.

### 3. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

## **Metode Analisis Data**

### **Uji Instrumen**

Kuesioner yang telah disusun hendaknya dilanjutkan dengan melakukan uji kuesioner. Uji kuesioner secara kuantitatif dapat dilakukan melalui uji validitas dan Reliabilitas.

### **Uji Validitas**

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujiannya dilakukan secara statistik, yang dapat dilakukan secara manual atau menggunakan dukungan komputer, misalnya melalui bantuan program SPSS dengan menggunakan rumus korelasi *product moment pearson*. Adapun persamaannya sebagai berikut (Umar, 2011).

Keterangan:

$r_{yx}$  = Koefisien korelasi

$X_x$  = Jumlah skor item

$X_y$  = Jumlah total/seluruh item

$n$  = jumlah responden

Setelah diperoleh nilai  $r$  hitung, selanjutnya untuk memutuskan instrumen tersebut valid atau tidak maka kita harus melihat nilai  $r$  tabelnya sesuai dengan jumlah  $n$  dan tingkat kesalahan.

### **Uji Reliabilitas**

Konsep reliabilitas dapat dipahami melalui ide dasar konsep yaitu konsistensi. Pengujian konsistensi interval yang dimiliki oleh suatu instrumen merupakan alternatif lain yang dapat dilakukan oleh peneliti untuk menguji reliabilitas. Konsep realibilitas adalah konsistensi diantara butir-butir pertanyaan dalam satu instrumen. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dihitung dengan menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach*. Pada penelitian ini, uji reliabilitas instrumen penelitian dilakukan



dengan menggunakan dukungan program SPSS.

### **Teknik Analisis Data**

#### 1. Teknik Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif adalah analisis yang tidak menggunakan model matematika, model statistik dan ekonometrik atau model-model tertentu lainnya. Analisa data yang dilakukan terbatas pada teknik pengolahan datanya, seperti pada pengecekan data dan tabulasi, dalam hal ini sekedar membaca tabel-tabel, grafik-grafik atau angka-angka yang tersedia, kemudian melakukan uraian dan penafsiran.

#### 2. Teknik Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan alat analisis kuantitatif. Alat analisis yang bersifat kuantitatif adalah alat analisis yang menggunakan model-model, seperti model matematika atau model statistik dan ekonometrik. Hasil analisis dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian.



### **Uji Asumsi Klasik**

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan (*valid*) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian asumsi multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan normalitas.

### **Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksinya dengan cara menganalisis nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas (Ghozali, 2015). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut: Nilai R yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat (Ghozali, 2015). Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas. Apabila antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0, 90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas (Ghozali, 2015). Multikolinieritas dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya.

### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. Jika varians sama, dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan adalah homoskedastisitas, sedangkan jika varians tidak sama dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Alat untuk menguji heteroskedastisitas bisa dibagi dua, yakni dengan alat analisis grafik atau analisis residual yang berupa statistik (Rumengan, 2011: 89).

### **Uji Normalitas**

Tujuan uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak melenceng ke kiri atau melenceng ke kanan. Uji ini



berguna untuk tahap awal dalam metode pemilihan analisis data.

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu lokasi usaha (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen (Y). Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + e$$

Dimana:

Y = Variabel dependen (kepuasan konsumen)

a = Konstanta

b1, b2 = Koefisien garis regresi

X1, X2 = Variabel independen (lokasi usaha, kualitas pelayanan)

e = *Error* / variabel pengganggu

### **Pengujian Hipotesis Penelitian Uji Statistik t**

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel lokasi usaha dan kualitas pelayanan dalam menerangkan variabel kepuasan konsumen. Dalam hal ini apakah masing-masing variabel lokasi usaha dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilakukan dengan melihat langsung pada hasil perhitungan koefisien regresi melalui SPSS pada bagian *Unstandardized Coefficients* dengan membandingkan *Unstandardized Coefficients B* dengan *Standard error of estimate* sehingga akan didapatkan hasil yang dinamakan t hitung. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Apabila t hitung > t tabel dan tingkat signifikansi < a (0,05), maka H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti variabel independen secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Apabila t hitung < t tabel dan tingkat signifikansi > a (0,05), maka H0 diterima dan Ha ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara individual tidak signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen.

### **Uji Statistik F**

Pada penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2015). Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan



adalah:

Ho: Variabel-variabel bebas yaitu lokasi usaha dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

Ha: Variabel-variabel bebas yaitu lokasi usaha dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

Menurut Ghozali (2015), dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

1. Apabila probabilitas signifikansi  $> 0.05$ , maka Ho diterima dan Ha ditolak.
2. Apabila probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka Ho ditolak dan Ha diterima.

#### **Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2015). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (lokasi usaha dan kualitas pelayanan) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (kepuasan konsumen) amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Data Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 50 responden melalui penyebaran kuisioner. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing-masing variabel akan didasarkan pada rentang skor jawaban sebagaimana pada lampiran. Hasil jawaban dari pertanyaan akan diolah dan diukur seberapa jauh kesahihannya dengan menguji validitas dan sejauh mana konsistensinya dengan menguji reabilitasnya.

#### **Uji Instrumen Validitas dan Reabilitas**

Instrumen adalah alat ukur untuk mengumpulkan data, maka data yang baik adalah instrumen yang sesuai dengan sifat data yang akan dikumpulkan dan dapat menjamin bahwa data yang kita kumpulkan tersebut sah (valid) dan dapat dipercaya atau reliabel.

### Analisis Validitas

Analisis validitas berfungsi untuk menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen. Instrumen yang sah memiliki validitas tinggi. Instrumen dikatakan sah apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat, tinggi rendahnya instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud.

**Tabel 1**  
**Perhitungan Hasil Uji Nilai Regresi Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	95% Confidence Interval for B
	B	Std. Error	
1 (Constant)	5.477	6.256	-17.979 7.024
Lokasi Usaha	1.025	.180	.538 .665
Kualitas Pelayanan	.297	.088	.122 .473

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Lampiran *output* SPSS, 2015

Persamaan diatas menunjukkan bahwa adaya pengaruh antara lokasi usaha dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen CV. Blue Bros. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa: Variabel lokasi usaha dan kualitas pelayanan mempunyai arah koefisien yang bertanda positif terhadap kepuasan konsumen. Koefisien lokasi usaha memberikan nilai sebesar 1.025 yang berarti bahwa jika lokasi usaha semakin tinggi dengan asumsi variabel lain tetap maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan. Koefisien kualitas pelayanan memberikan nilai sebesar 0.297 yang berarti bahwa jika kualitas pelayanan semakin kuat dengan asumsi variabel lain tetap maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan.

### Uji t (Uji Hipotesis Secara Parsial)

Uji Hipotesis parsial (Uji t) ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh lokasi usaha dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara individual, dan hasil-hasil pengujian parsial.

Hipotesis 1 dan 2 dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat taraf signifikansi (pvalue), jika taraf

signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

**Tabel 2 Hasil Uji t Secara Parsial**

Variabel Bebas	t hitung	Sig. t
Lokasi Usaha	5.683	0.000
Kualitas Pelayanan	3.394	0.001

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Pada Tabel 2 terlihat bahwa hasil pengujian hipotesis kualitas pelayanan menunjukkan nilai t hitung sebesar 3.394 dengan taraf signifikansi 0.001. Taraf signifikansi hasil sebesar 0.001 tersebut lebih kecil dari 0.05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Blue Bros, dimana ini terbukti bahwa pada level of signifikan  $\alpha$  (0.05), dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Jadi kesimpulannya kualitas pelayanan berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, berarti bahwa hipotesis  $H_2$  “kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen”.

**Uji F (Pengujian hipotesis secara simultan)**

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama diuji dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan regresi secara simultan diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 3  
Hasil Analisis Regresi Secara Simultan**

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1748.235	2	874.117	38.096	.000 <sup>a</sup>
Residual	1445.538	63	22.945		
Total	3193.773	65			

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Lampiran *output* SPSS, 2015

Hasil pengujian F statistik menunjukkan nilai sebesar 38.096 dengan signifikan sebesar 0.00. Nilai signifikansi F tersebut lebih kecil dari 0.05. dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa pengujian simultan tersebut menunjukkan bahwa lokasi usaha dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square* sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4**  
**Perhitungan Hasil Uji Nilai Koefisien Determinan Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Durbin-Watson	
					R Square Change	F Change	df1	df2		Sig. F Change
1	.740 <sup>a</sup>	.547	.533	4.79010	.547	38.096	2	63	.000	1.660

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Lampiran *output* SPSS, 2015

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0.547. Hal ini berarti 54.7% variasi variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel lokasi usaha dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 45.3% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

**Pembahasan**

Analisis data pada 66 konsumen CV. Blue Bros, yang menjadi responden dalam penelitian ini diketahui responden laki - laki sebanyak 51 orang (77.3%) dan responden perempuan 15 orang (22.7%), sebagian berumur 31-40 tahun yaitu sebanyak 31 orang atau 47.0%, umur 20-30 tahun sebanyak 20 orang atau 30.3%,

umur 40-50 tahun yaitu sebanyak 14 orang atau 21.2%, sedangkan responden terkecil berumur 51 tahun yaitu sebanyak 1 orang atau 1.5%. Sedangkan tingkat pendidikan terakhir responden adalah S1-S2 yaitu 24 orang atau 36.4% dan SMA/Setara yaitu sebanyak 23 orang atau 34.8%, Diploma sebanyak 14 orang atau 21.2%, dan pendidikan yang paling sedikit yaitu SD-SMP sebanyak 5 orang atau 7.6%. Pekerjaan responden terdiri dari mahasiswa/i sebanyak 8 orang atau 12.1%, PNS sebanyak 13 orang atau 19.7%, pegawai swasta sebanyak 32 orang atau 48.5%, wiraswasta sebanyak 6 orang atau 9.1%, dan tidak bekerja sebanyak 7 orang atau 10.6%, terakhir adalah status perkawinan responden adalah menikah sebanyak 48 orang (72.7%) dan yang belum menikah yaitu sebanyak 18 orang atau (27.3%).

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat dilihat bahwa pencarian sampel responden untuk memperoleh informasi tentang lokasi usaha dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat memenuhi persyaratan data yang akurat yang mana gambaran responden menunjukkan informan yang objektif.

#### **Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara lokasi usaha terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 5.683 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa adanya pengaruh antara variabel lokasi usaha terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2015), lokasi usaha merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Secara garis besar, ada dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi fasilitas jasa. Pertama, konsumen mendatangi lokasi fasilitas jasa dan yang kedua adalah penyedia jasa yang mendatangi para konsumennya, karena dengan adanya hal tersebut dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan konsumen dapat merasakan manfaat dari jasa tersebut.

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang

telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 3.394 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0.001 tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa adanya pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen CV. Blue Bros.

Tjiptono (2016) menyatakan bahwa “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen”. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dikatakan baik dan memuaskan. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dikatakan buruk atau tidak memuaskan. Artinya bahwa adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen CV. Blue Bros.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Blue Bros, hal ini terbukti bahwa pada level signifikan  $\alpha$  (0,05), diperoleh variabel Lokasi usaha ( $X_1$ ) sebesar 5.683 dengan taraf signifikansi hasil 0.001 dan hasil tersebut lebih kecil dari 0.05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Blue Bros, hal ini terbukti bahwa pada level signifikan  $\alpha$  (0,05), diperoleh variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 3.394 dengan taraf signifikan hasil sebesar 0.001 tersebut lebih besar dari 0.05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Lokasi usaha dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Blue Bros. Hasil pengujian F statistik menunjukkan nilai sebesar 38.096 dengan signifikan sebesar 0.000. Nilai signifikansi F tersebut lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal

ini berarti bahwa pengujian simultan tersebut menunjukkan bahwa lokasi usaha dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima.

### **Saran**

Berdasarkan hasil analisis di atas, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu: Pimpinan CV. Blue Bros hendaknya memberikan pelatihan agar para staf bisa lebih memberikan perhatian individual atau secara personal kepada pelanggan-pelanggannya. Hal ini bertujuan agar staf termotivasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Persaingan industri jasa sangat ketat tetap diingatkan agar perusahaan lebih mementingkan dalam peningkatan kebutuhan perusahaan terlebih dahulu sebelum memikirkan profit. Keutamaan kejujuran dan juga pemanfaatan dengan baik fasilitas media. Perusahaan pelayanan jasa seperti CV. Blue Bros harus sering mengadakan pelatihan bagi karyawannya tentang bagaimana menangani permintaan konsumen, bagaimana meningkatkan semangat dan prestasi kerja dan mengadakan komunikasi personal memberikan kesempatan kerjasama dengan kualitas yang lebih baik. Karyawan CV. Blue Bros harus menjalin komunikasi harus dilakukan terus menerus sehingga dinilai wajib dilakukan perusahaan kepada karyawan dan konsumennya. Meningkatkan kesabaran dan rasa empati yang tinggi serta tulus dan ikhlas dalam melayani dapat memberikan rasa aman ke karyawan dan meningkatkan empati balik dari karyawan ke perusahaan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Ferdinand, A. 2016. Metode Penelitian Manajemen. Edisi 2. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- [2] Hasibuan, M. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- [3] Husein, Umar. 2008. Riset Pemasaran. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- [4] [http://journal.bakrie.ac.id/index.php/jurnal\\_ilmiah\\_ub/article/view/235](http://journal.bakrie.ac.id/index.php/jurnal_ilmiah_ub/article/view/235). 20 Maret 2015.
- [5] <http://core.ac.uk/download/pdf/11735708.pdf>. 20 Maret 2015
- [6] Indriantoro, N., Supomo, B. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen. Yogyakarta: BPFE.
- [7] Ghozali, Imam. 2015. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [8] Kadarisman, 2013. Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia. Jakarta: Rajawali Pers.





- [9] Kotler, P. 2015. Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- [10] Kurniasari, Nova. 2013. Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang). Skripsi S1, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- [11] Lupiyoadi, Rambat. 2017. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- [12] Mangkunegara, Anwar. 2017. Evaluasi Kinerja SDM. Bandung: PT. Refika Aditama.
- [13] Manullang. 2012. Manajemen Strategi. Bandung: Ciptapustaka Media Perintis.
- [14] Martianawati. 2019. Pengaruh brand image, kualitas pelayanan dan fasilitas SPBU “Pasti Pas” Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kendaraan Bermotor”. Jurnal. Hal. 1-12.
- [15] Nasution, M.N. 2017. Manajemen Jasa Terpadu. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [16] Sinaga, D., Simatupang, P., Yusrita. 2013. Kewirausahaan. Medan: Perdana Publishing.
- [17] Sumarni, Murti, dan Soeprihanto, John. 2011. Pengantar Bisnis. Yogyakarta: Liberty.
- [18] Sumaini, Novi. 2013. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian PT. Permata Riau Jaya (Patria Tour and Travel) Batam”. Tesis, Fakultas Ekonomi Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Batam. Tidak dipublikasikan.
- [19] Tjiptono, Fandy. 2016. Manajemen Jasa. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi.
- [20] Usman dan Akbar. 2016. Metodologi Penelitian Sosial. Jakarta: Bumi Aksara.
- [21] Wahdi, Mohamad. 2011. Riset Pemasaran (Teori dan Aplikasi untuk Pengambilan Keputusan). Yogyakarta: CAPS.
- [22] Wibowo. 2013. “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan di Kota Purwokerto”. Jurnal Universitas Negeri Semarang. 15 Maret 2015.
- [23] Wijaya, dan Supriani. 2013. “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Pemasangan Wallpaper Terhadap Kepuasan Konsumen”. Jurnal Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor, Indonesia.