

**ANALISIS PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI
KASUS PADA ALFAMART PABELAN, KARTASURA 2017)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Oleh
DENY HANANTO
B100140077**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA
ALFAMART PABELAN, KARTASURA 2017)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

DENY HANANTO

B100140077

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Drs. Sujadi, MM

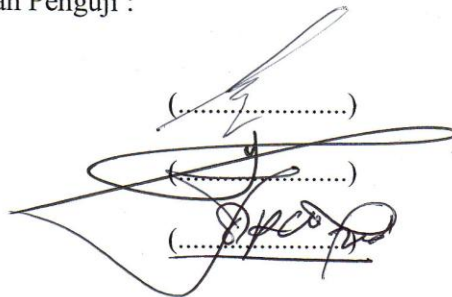
HALAMAN PENGESAHAN
Analisis Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Alfamart Pabelan,
Kartasura 2017)

Oleh:
DENY HANANTO
B100140077

Telah dipertahankan di Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 11 Agustus 2018
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji :

1. **Drs.Sujadi, M.M.**
(Ketua Dewan Penguji)
2. **Drs.Wiyadi, M.M. Ph.D**
(Sekertaris Dewan Penguji)
3. **Imronudin, SE., M.SI**
(Anggota Dewan Penguji)



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Syamsudin, M.M)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak sepenuhnya terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak sepenuhnya terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis yang diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawaban sepenuhnya sesuai kemampuan.

Surakarta, 11 Agustus 2018

Penulis



DENY HANANTO

ANALISIS PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA ALFAMART PABELAN, KARTASURA 2017)

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan pada perusahaan ritel sekarang baik perusahaan ritel skala kecil maupun ritel skala besar memperluas pasar mereka serta kebutuhan mendapatkan barang dengan cepat dari keinginan masyarakat. Alfamart adalah salah satu perusahaan ritel yang sudah cukup lama berbisnis dalam bidang ritel yang menyediakan produk kebutuhan sehari-hari, menyediakan layanan-layanan yang memudahkan dalam hal pembayaran online dan lain-lain, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh lokasi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan Alfamart Pabelan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pelanggan Alfamart yang datang membeli di Alfamart Pabelan, sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 orang responden, pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling*, jenis data berupa data primer, sedangkan metode yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan kuisioner, serta teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini: (1) Uji kualitas instrumen data dengan uji validitas dengan CFA, uji reliabilitas dengan *cronbach alpha*, dan normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov*. (2) Uji Asumsi klasik yang berupa uji normalitas, uji multikolineritas, dan uji heterokedastisitas, (3) Uji regresi berganda, (4) Uji hipotesis, dengan menggunakan uji t, uji f dan uji determinasi. Hasil penelitian ini bersifat valid yang ditunjukkan bahwa : variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dari nilai uji t hitung sebesar 9,148 dengan nilai Sig 0,00 atau nilai t hitung $9,148 > t \text{ tabel } 1,984$ dan variabel Kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dibuktikan dari nilai uji t hitung sebesar 6,073 dengan nilai Sig 0,00 atau nilai t hitung $6,073 > t \text{ tabel } 1,984$.

Kata Kunci: Lokasi, Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan.

Abstract

This research is motivated by competition in retail companies now both small scale retail companies and large scale retailers expanding their markets and the need to obtain goods quickly from the wishes of the public. Alfamart is one of the retail companies that have been doing business in the retail sector for a long time, providing daily needs products, providing services that make it easy in terms of online payments and others, the purpose of this research is to analyze the influence of location (X_1) and Service Quality (X_2) to the satisfaction of Alfamart Pabelan customers. The population used in this study is Alfamart customers who came to buy at Alfamart Pabelan, the sample used in this study amounted to 100 respondents, sampling in this study using *Accidental Sampling* technique, the type

of data in the form of primary data, while the method used in data collection using questionnaires, as well as the analysis techniques used in this study: (1) Test the quality of data instruments by testing the validity of the CFA, reliability testing with cronbach alpha, and normality with Kolmogorov-Smirnov. (2) Classic Assumptions Test in the form of normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test, (3) Multiple regression test, (4) Hypothesis testing, using t test, f test and determination test. The results of this study are valid which shows that: Location variables have a positive and significant effect on customer satisfaction as evidenced by the value of the t test of 9,148 with a value of 0.00 Sig or $t_{count} 9,148 > t_{table} 1,984$ and the variable Service quality also has a positive effect and significant to customer satisfaction as evidenced by the t test value of 6.073 with a value of 0.00 Sig or $t_{value} 6.073 > t_{table} 1.984$.

Keywords: location, service quality, customer satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Dengan persaingan pada perusahaan ritel sekarang baik perusahaan ritel skala kecil maupun ritel skala besar memperluas pasar mereka. Perluasan pasar pada perusahaan ritel sendiri tidak hanya untuk memperluas pasar saja akan tetapi bertujuan untuk meningkatkan penjualan, sehingga perusahaan mampu mendapatkan keuntungan dari banyaknya pelanggan. Perusahaan yang mampu bersaing dengan pesaing secara tidak langsung merupakan perusahaan yang mampu menyediakan produk dan jasa yang berkualitas serta diuntut juga untuk memperbaiki dalam hal lokasi dan kualitas pelayanan. Hal ini bertujuan untuk semua barang dan jasa yang di tawarkan akan mampu mendapat tempat sendiri bagi masyarakat sekitar sebagai konsumen maupun calon konsumen.

Bagi perusahaan ritel sendiri perlu memberikan hal yang terbaik kepada konsumennya. Maka dari itu perlu adanya identifikasi mengenai variabel lokasi dan kualitas pelayanan yang di lihat dari sudut pandang konsumen. Oleh karena itu perlu adanya riset yang mendalam mengenai variabel lokasi dan kualitas pelayanan yang berguna memperkirakan penilaian konsumen mengenai perusahaan yang berdasarkan variabel-variabel tersebut. Dengan adanya penilaian konsumen yang berdasarkan variabel-variabel tersebut maka perusahaan mampu mengetahui mana saja variabel yang belum sesuai dengan harapan konsumen sehingga dapat di perbaiki.

Alfamart adalah salah satu perusahaan ritel yang sudah cukup lama berbisnis dalam bidang ritel yang menyediakan produk kebutuhan sehari-hari, menyediakan layanan-layanan yang memudahkan dalam hal pembayaran online dan lain-lain. Intinya perusahaan besar juga harus mempertahankan keadaan stabil maka dari itu harus berupaya untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan maupun keinginan dari konsumen itu.

Konsumen sendiri melakukan pembelian barang dengan mempertimbangan hal-hal tertentu adanya pertimbangan terlebih dahulu itu bisa berupa lokasi dan kualitas pelayanan. Lokasi sendiri merupakan salah satu variabel yang penting dalam menarik konsumen untuk datang terlebih lagi bila lokasi suatu ritel dengan mudah di temui. Jika perusahaan mampu memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar yang di kemukakan oleh Tjiptono (2005). Kualitas pelayanan salah satu faktor kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang di dapat dari produk maupun jasa. Pelayanan yang mereka nikmati akan berdampak secara tidak langsung pada pelanggan yang mengakibatkan pelanggan menggunakan kembali dan menceritakan pengalaman kepada orang lain mengenai produk atau jasa yang mereka nikmati.

Dari uraian tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul : “ANALISIS PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Alfamart Pabelan, Kartasura)”.

2. METODE

Jenis penelitian kuantitatif karena penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka yang diperoleh melalui data primer atau penyebaran angket/kuesioner dan analisisnya menggunakan statistik. Populasi atau obyek yang di pilih untuk menjadi sumber data adalah konsumen yang membeli barang maupun yang berkunjung ke Alfamart pabelan. Metode pengambilan sampel non probability sampling, teknik pengambilan sampel menggunakan

Accidental Sampling, Teknik penentuan sampel berdasar kebetulan, yaitu konsumen Alfamart pabelan yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika di pandang cocok. Sampel berjumlah 100 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui lapangan (*field research*) dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan Alfamart pabelan. Teknik Pengumpulan Data berupa Kuisisioner, dan Studi pustaka. Teknik Analisis Data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas. Uji Asumsi Klasik terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolineritas, Uji Heteroskedastisitas. Analisis Regresi Berganda. Uji Hipotesis terdiri dari Uji Statistik t, Uji Statistik F, Uji Determinasi (R^2)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Tabel 1. Karakteristik Berdasarkan Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Persen
Laki-Laki	55	55%
Perempuan	45	45%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Analisis Data, 2018

Berdasarkan tabel 1 terdapat 55% responden laki-laki dan 45% responden perempuan. Hal tersebut menunjukkan konsumen potensial berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 2. Karakteristik Berdasarkan Umur

Umur	Responden	Persen
17 - 20	19	19%
21 - 24	51	51%
25 - 28	16	16%
29 - 32	7	7%
33 - 36	5	5%
37 - 40	2	2%
41 - 44	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Analisis Data, 2018

Berdasarkan tabel 2 responden umur 17-20 sebesar 19%, responden umur 21-24 sebesar 51%, responden umur 25-28 sebesar 16%, responden umur 29-32 sebesar 7%, responden umur 33-36 sebesar 5%,

responden umur 37-40 sebesar 2%, responden umur 41-44 sebesar 1%. Berdasarkan karakteristik umur responden sebagian besar umur 21-24 sebesar 51%. Hal ini dikarenakan lokasi Alfamart di dekat UMS sehingga sebagian besar responden berumur 21-24.

Tabel 3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Responden	Persen
Mahasiswa	43	43%
PNS	9	9%
Karyawan Swasta	31	31%
Wiraswasta	16	16%
Ibu Rumah Tangga	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Analisis Data, 2018

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan responden dengan pekerjaan mahasiswa 43%, PNS 9%, karyawan swasta 31%, wiraswasta 16%, ibu rumah tangga 1%. Hal tersebut karena lokasi Alfamart Pabelan dekat dengan UMS sehingga sebagian besar responden adalah mahasiswa.

Tabel 4. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan Terakhir	Responden	Persen
SMP	6	6%
SMA	55	55%
SMK	13	13%
S1	20	20%
D3	6	6%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Analisis Data, 2018

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan karakteristik responden dengan tingkat pendidikan SMP 6%, SMA 55%, SMK 13%, S1 20% dan D3 6%. Karena lokasi penelitian yang di ambil berada dekat dengan UMS maka tingkat pendidikan terakhir adalah SMA yang menempuh pendidikan S1.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X_1)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
LK1	0,677	0,195	Valid
LK2	0,544	0,195	Valid
LK3	0,762	0,195	Valid
LK4	0,781	0,195	Valid
LK5	0,763	0,195	Valid

Sumber: Hasil Analisis Data, 2018

Berdasarkan tabel 5 dapat dikatakan butir pertanyaan tentang variabel lokasi (X_1) adalah valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KP1	0,540	0,195	Valid
KP2	0,698	0,195	Valid
KP3	0,685	0,195	Valid
KP4	0,713	0,195	Valid
KP5	0,535	0,195	Valid

Sumber: Hasil Analisis Data, 2018

Berdasarkan tabel 6 dapat dikatakan butir pertanyaan tentang variabel kualitas pelayanan (X_2) adalah valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KPP1	0,603	0,195	Valid
KPP2	0,639	0,195	Valid
KPP3	0,646	0,195	Valid
KPP4	0,698	0,195	Valid
KPP5	0,669	0,195	Valid

Sumber: Hasil Analisis Data, 2018

Berdasarkan tabel 7 dapat dikatakan butir pertanyaan tentang variabel kualitas pelayanan (Y) adalah valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	R kritis	Keterangan
Lokasi	0,747	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,630	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,661	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Analisis Data, 2018

Hasil analisis tabel menunjukkan nilai yang dihasilkan pada uji dengan variabel lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki nilai cronbach's alpha lebih besar daripada 0,6 dapat dikatakan setiap variabel yang digunakan reliabel.

Tabel 9. Tabel Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov-Smirnov	Sig (2-tailed)	p-value	Keterangan
Undstandardized residual	0,085	0,074	$P > 0,05$	Normal

Sumber: Hasil Analisis Data, 2018

Berdasarkan tabel 9 hasil pengujian diketahui bahwa p-value dari undstandardized residual ternyata lebih besar dari α (0,05), sehingga keseluruhan data tersebut dinyatakan memiliki distribusi normal.

Tabel 10. Hasil Uji Multikolineritas

Variabel	Tolerance	VIF	α	Keterangan
Lokasi	0,955	1,047	10	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas pelayanan	0,955	1,047	10	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Hasil Analisis Data, 2018

Berdasarkan tabel 10 nilai tolerance dari variabel lokasi, dan kualitas pelayanan lebih dari 0,10. Sementara nilai VIF variabel lokasi dan kualitas pelayanan kurang dari 10. Dengan demikian di antara variabel lokasi dan kualitas pelayanan tidak terjadi multikolinearitas karena nilai tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10.

Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Taraf signifikansi	sig	Kesimpulan
Lokasi	0,05	0,498	Bebas Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,05	0,441	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Analisis Data, 2018

Berdasarkan tabel 11 nilai signifikansi dari variabel lokasi 0,498 > 0,05 dan variabel kualitas pelayanan 0,441 > 0,05 semua menunjukkan bahwa tingkat signifikansi lebih dari 0,05 maka disimpulkan model regresi yang digunakan pada penelitian tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 12. Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients
(Constant)	1,352
Lokasi	0,524
Kualitas Pelayanan	0,457

Sumber: Hasil Analisis Data, 2018

Hasil analisis ringkasan diatas menunjukkan analisis regresi secara keseluruhan dan dilihat dari koefisien β maka dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 1,352 + 0,524 X_1 + 0,457 X_2 + e$

Persamaan regresi di atas dapat di jelaskan setiap variabel yang digunakan adalah: Koefisien kostanta bernilai positif 1,351 hasil ini menunjukkan variabel lokasi (X_1) dan variabel kualitas pelayanan (X_2)

dalam keadaan nol (0) atau tidak menjadi pertimbangan maka keputusan pembelian konsumen tetap dapat meningkat 1,352.

Koefisien variabel lokasi (X_1) bernilai positif 0,524 ini membuktikan pengaruh variabel lokasi (X_1) terhadap kepuasan pelanggan pada Alfamart Pabelan 0,524.

Koefisien variabel kualitas pelayanan (X_2) bernilai positif 0,457 ini membuktikan pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan Alfamart Pabelan sebesar 0,457.

Tabel 13. Hasil Uji t

Keterangan	t_{hitung}	t_{tabel}	sig	keterangan
Lokasi	9,148	1,985	0,000	H1 diterima
Kualitas Pelayanan	6,073	1,985	0,000	H2 diterima

Sumber: Hasil Analisis Data, 2018

Berdasarkan tabel 13 menunjukkan seberapa jauh pengaruh lokasi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Alfamart Pabelan (Y) sebagai berikut: Dengan nilai t hitung 9,148 dengan nilai t tabel dengan nilai signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05) nilai t tabel = $(\alpha/2 ; n-k) = 0,05/2 ; 100-2 = (0,025 ; 98) = 1,984$ jadi t hitung 9,148 > t tabel 1,984 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak sehingga secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan nilai t hitung 6,073 > t tabel 1,984 dan nilai signifikansi 0,00 < 0,05 maka H_0 ditolak sehingga secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 14. Hasil Uji Statistik F

F_{hitung}	F_{tabel}	Sig.
50,755	3,15	0,000

Sumber: Hasil Analisis Data, 2018

Dengan f hitung 50,755 dengan nilai signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05) maka nilai f tabel adalah $(\alpha : k ; n-k-1) = (0,05 : 2 ; 100 - 2 - 1) = (0,025 ; 97) = 3,15$ jadi nilai f hitung 50,755 > 3,15 hasil ini dilihat dari kriteria H_0 ditolak sehingga disimpulkan bahwa secara simultan lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 15. Hasil Uji Determinasi (R^2)

R	R^2	Keterangan
0,715	0,511	Presentase pengaruh 51,1%

Sumber: Hasil Analisis Data, 2018

Berdasarkan tabel 15 yang ditunjukkan dengan Adjusted R square 0,511 artinya 51,1% variabel kepuasan pelanggan Alfamart Pabelan (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel lokasi (X_1), dan kualitas pelayanan (X_2). sedangkan sisanya 48,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hioptesis pertama pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Alfamart Pabelan.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pelanggan di Alfamart Pabelan diperoleh hasil bahwa pengaruh lokasi (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh t hitung 9,184 > t tabel 1,984 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak, artinya lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Alfamart Pabelan.

Saat lokasi yang berorientasi terhadap konsumen maka lokasi tersebut haruslah memenuhi keinginan konsumen dan memberikan kemudahan bagi konsumen seperti kemudahan dalam waktu dan tempat. Lokasi perusahaan perlu berada dekat dengan pusat kota atau perumahan, kondisi lahan parkir dan transportasi menuju perusahaan. Karena lokasi yang strategis dan mudah dicapai kendaraan umum akan menjadi daya tarik bagi pelanggan Alma, (2008).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan karena lokasi yang di akses dengan cepat, ketersediaan tempat parkir, dan lingkungan yang mendukung mempengaruhi kepuasan para pelanggan karena waktu

yang digunakan lebih efisien. Sehingga lokasi dari alfamart pabelan merupakan faktor yang berpengaruh kuat terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sesuai dengan penelitian Adhyatma (2016), Afifudin dan Sonang Sitohang (2016) yang menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Alfamart Pabelan di peroleh hasil bahwa Dengan nilai t hitung $6,073 > t$ tabel $1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dengan demikian H_0 ditolak maka dapat disimpulkan bahwa secara kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan Kotler dan Armstrong (2001). Dengan adanya pelayanan yang baik pada konsumen maka akan meningkatkan kepuasan pada pelanggan yang diterima dari hasil kualitas pelayanan yang baik.

Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian Adyatra (2016); Imam Haromain dan Heru Suprihadi (2016) bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dibuktikan dengan nilai t sig lebih kecil dari $0,05$.

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang di buktikan dengan t sig lebih kecil dari $0,05$.

Secara simultan lokasi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) yang dibuktikan nilai F hitung $50,755 > 3,15$ F tabel dengan probabilitas $0,000 < 0,05$.

Nilai R Square 51,1% menunjukkan bahwa kemampuan model lokasi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) sebesar 51,1% dan masih ada variabel independen lainnya sebesar 48,1%.

4.2 Saran-Saran

Saran yang dapat disampaikan adalah bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar lebih memperluas jangkauan dengan mengambil faktor lain di luar lokasi dan kualitas pelayanan yang masih ada kaitannya dengan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchori dan Huriyati, Ratih. 2008. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*. Alfabeta, Bandung.
- Afifudin, dan Sonang Sitohang. 2016. *Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Wisata Bahari Lamongan*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Volume 5, Nomor 12. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Bugin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edisi Pertama. Prenada Media Jakarta.
- Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management Concepts and Tools*. Bayumedia Publisng.
- Firmansyah, Adhyatma. 2016. *Pengaruh Lokasi, Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Soto Seger Mbok Giyem Cabang Sukoharjo)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS Edisi ke 3*, Badan penerbit UNDIP, Semarang.
- Haromain, Imam dan Heru Suprihhadi, 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di AHASS Z618*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Vol 5 No 5
- Irawan, Hadi. 2003. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan (Paradigma Baru Merebut Hati Pelanggan Untuk Memenangkan Persaingan)*. PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ke duabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2001. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi, R . 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke-16. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Wibowo, Agung Edy. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Gava Media. Yogyakarta.