



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai 99 Kabupaten Kaur

The Effect of Service Quality and Location on Customer Satisfaction at Kedai 99 in Kaur Regency

Adisi Putra ¹⁾; Nurzam ²⁾; Muhammad Rahman Febliansa ³⁾
^{1,2,3)} Universitas Dehasen Bengkulu
Email: ¹⁾ adisiputra@gmail.com

How to Cite :

Putra, A., Nurzam., Febliansa, M, R. (2026). The Effect of Service Quality and Location on Customer Satisfaction at Kedai 99 in Kaur Regency. Innovative Business Management Journal. 2(2).

ARTICLE HISTORY

Received [09 Februari 2026]

Revised [30 Maret 2026]

Accepted [31 Maret 2026]

KEYWORDS

Service Quality, Location, Customer Satisfaction.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator keberhasilan yang ingin dicapai oleh setiap organisasi. Ada beberapa faktor yang turut mempengaruhi hal tersebut diantaranya pelayanan dan lokasi. Masalah utama yang diteliti adalah sejauh mana kualitas pelayanan dan lokasi mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan. Variable pada penelitian ini yakni variabel bebas yakni kualitas pelayanan (X1) mengacu pada keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, serta bukti fisik, lokasi (X2) mengacu pada aksesibilitas, visibilitas, kondisi lalu lintas, tempat parkir dan ekspansi, dan variabel terikat yakni kepuasan pelanggan (Y) mengacu pada kepuasan jasa secara menyeluruh, Merekomendasikan kepada pihak lain dan Akan menggunakan jasa kembali. Penelitian ini Merupakan penelitian kuantitatif dimana proses penggalan informasi diwujudkan dalam bentuk angka-angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang diketahui. Populasi penelitian ini adalah Kedai 99 Kabupaten Kaur sedangkan pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling populasi untuk terpilih menjadi sampel konsumen yang berjumlah 100 orang, menggunakan rumus slvoin sampel di peroleh berjumlah 80 sampel untuk menguji ada tidaknya hubungan. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai 99 Kabupaten Kaur, pada hasil Uji t diperoleh hasil dengan nilai signifikan sebesar 0,000, lebih kecil dari nilai sig 0,05 artinya hipotesis kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai 99 Kabupaten Kaur diterima. Dan berdasarkan Uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,928 sama dengan 92,8%. Artinya kualitas pelayanan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebesar 17,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi.

ABSTRACT

The Customer satisfaction is one of the key indicators of success that every organization seeks to achieve. Several factors influence customer satisfaction, including service quality and location. The main issue examined in this study is the extent to which service quality and location affect customer satisfaction at Kedai 99, Kaur Regency. This study aims to determine the effect of service quality and location on customer satisfaction, both simultaneously and partially. The independent variables in this research are service quality (X1), which refers to reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible evidence, and location (X2), which includes accessibility, visibility, traffic conditions, parking facilities, and expansion potential. The dependent variable is customer satisfaction (Y), which is measured through overall service satisfaction, willingness to recommend to others, and intention to reuse the service. This research is a quantitative study in which data collection is represented in numerical form. The population of this study consists of

customers of Kedai 99 in Kaur Regency. The sampling technique used was non-probability sampling, with 100 consumers as the population. Based on the Slovin formula, 80 respondents were selected as samples to test the relationships among variables. The results of the study indicate that service quality has a significant effect on customer satisfaction at Kedai 99, Kaur Regency. Based on the t-test results, the significance value obtained was 0.000, which is smaller than 0.05, indicating that the hypothesis stating service quality significantly affects customer satisfaction is accepted. Furthermore, the coefficient of determination test shows a value of 0.928 or 92.8%, meaning that service quality explains 92.8% of the variation in customer satisfaction, while the remaining 7.2% is influenced by other variables outside the regression model.

PENDAHULUAN

Kedai 99 merupakan salah satu tempat kuliner modern yang berkembang pesat di Simpang Tiga, Kecamatan Kaur Utara, Kabupaten Kaur, Provinsi Bengkulu. Kedai ini hadir sebagai bentuk inovasi usaha masyarakat lokal dalam menyediakan tempat makan yang nyaman dengan cita rasa khas dan harga yang terjangkau bagi semua kalangan. Sejak awal berdirinya, Kedai 99 berhasil menarik perhatian masyarakat karena menghadirkan suasana santai, pelayanan yang ramah, serta menu makanan dan minuman yang bervariasi sesuai dengan selera konsumen.

Secara geografis, Kedai 99 berada di area Simpang Tiga, yang merupakan pusat kegiatan Kecamatan Kaur Utara dalam wilayah Kabupaten Kaur. Lokasi ini tergolong strategis karena berada di jalur penghubung utama antarwilayah kecamatan, sehingga aktivitas masyarakat dan arus lalu lintas kendaraan di sekitar kedai cukup tinggi. Keberadaan kedai di kawasan ini menjadikannya mudah dijangkau oleh masyarakat lokal maupun pengunjung dari luar daerah yang melintasi jalur tersebut.

Lingkungan sekitar Kedai 99 didominasi oleh permukiman penduduk, area perdagangan kecil, serta fasilitas umum tingkat kecamatan, yang semuanya mendukung mobilitas dan aksesibilitas pelanggan. Letaknya yang berada di pinggir jalan utama juga memberikan visibilitas tinggi terhadap pengguna jalan yang melintas, sehingga meningkatkan peluang kunjungan pelanggan dari berbagai segmen masyarakat. Dengan suasana yang bersih, area parkir yang cukup luas, dan lingkungan yang ramai aktivitas sosial, Kedai 99 menjadi salah satu pilihan tempat makan yang populer di wilayah tersebut.

Meskipun memiliki lokasi yang strategis, tingkat keberhasilan Kedai 99 tidak hanya ditentukan oleh letak geografisnya. Faktor lain seperti kualitas pelayanan, kenyamanan tempat, serta variasi dan cita rasa menu juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berdasarkan pengamatan awal, meskipun lokasi kedai mendukung kemudahan akses, tingkat kunjungan pelanggan cenderung mengalami fluktuasi akibat meningkatnya jumlah usaha kuliner baru di sekitar wilayah tersebut.

Fenomena ini menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan dan lokasi perlu dikaji secara mendalam untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan Kedai 99 di Simpang Tiga, Kecamatan Kaur Utara, Kabupaten Kaur, Provinsi Bengkulu. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam penyusunan strategi peningkatan layanan dan penguatan posisi usaha di tengah persaingan kuliner yang semakin kompetitif.

Berdasarkan dari uraian di atas peneliti ingin mengetahui lebih lanjut tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai 99 Kabupaten Kaur".

LANDASAN TEORI

Kualitas menjadi hal yang sangat penting diperhatikan oleh perusahaan dalam menghadapi situasi persaingan yang sangat kompetitif. Kemampuan perusahaan untuk menyediakan kualitas akan menjadi senjata untuk memenangkan persaingan, karena dengan memberikan kualitas yang baik maka kepuasan konsumen akan tercapai. Manusia akan terus menerus berhadapan dengan masalah kualitas dalam kehidupan sehari-harinya. Perhatian kita akan tersita pada kualitas seperti contoh belanja pakaian di mall, makanan di restoran dan membeli barang-barang berharga seperti mobil, rumah dan komputer, kualitas yang dipahami adalah faktor utama yang mengakibatkan orang melakukan dengan secara hati-hati melakukan perbandingan dipasar dan perlu mendapatkan penafsiran secara cermat.

Faktor utama yang menentukan kinerja suatu perusahaan adalah kualitas yang dihasilkan, produk dan jasa yang berkualitas adalah produk dan jasa yang sesuai dengan yang diharapkan konsumennya maka perusahaan perlu untuk mengenal konsumen atau pelanggannya dan mengetahui kebutuhan serta keinginan mereka. Sunyoto (2015:284) mengemukakan bahwa : "kualitas adalah



perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan”.

Kata pelayanan secara etimologis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan menjadi sangat berarti dan perlu disadari oleh seorang manager oleh karena itu dalam usaha bisnis dikenal suatu ungkapan yaitu pembeli adalah raja. Ikatan Bankir Indonesia “IBI” (2018:68) mengemukakan bahwa : “Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki”. Kotler dan Keller dalam Sudarso (2016:55) mengemukakan: “Pelayanan adalah tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan sesuatu”. Dalam kenyataan ternyata tidak mudah untuk membedakan suatu produk sebagai barang atau jasa secara tepat, karena adanya saling melengkapi diantara keduanya.

Kesimpulan yang dikemukakan dari pengertian para ahli diatas yaitu bahwa pelayanan adalah sebuah tindakan yang tidak berwujud dari seseorang untuk memenuhi harapan orang lain yang bertujuan untuk memberikan kepuasan yang pada dasarnya tidak menimbulkan kepemilikan, apabila pelayanan yang ditawarkan perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen maka produk/jasa yang ditawarkan akan dibeli. Sedangkan bila terjadi pelayanan yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka dapat dipastikan produk/jasa tersebut kurang diminati konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan aktor yang sangat penting karena dalam memasarkan produk jasa interaksi antara produsen dan konsumen terjadi secara langsung. Aplikasi kualitas pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan salah satu bagian utama dari strategi perusahaan dalam meraih keunggulan yang berkesinambungan. Menurut Tjiptono dalam Sudarso (2016:57) “kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan”. Nasution dalam Rusydi (2017:39) mengemukakan bahwa : “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen”. Kualitas pelayanan dalam pengertian tersebut menjelaskan bahwa yang dijunjung tinggi oleh konsumen dinilai dari bagaimana perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya, karena dengan pelayanan tersebut seorang konsumen dapat menilai dan memberikan sebuah kepuasan untuk tetap bertahan atau mencari yang lebih baik lagi.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah keunggulan bentuk pelayanan yang diharapkan demi terpenuhinya keinginan konsumen. Pelanggan akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan, dan pelanggan akan mempersepsikannya sebagai kualitas pelayanan yang baik. Sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan maka pelanggan merasa tidak puas dan akan mempersepsikannya sebagai kualitas pelayanan yang buruk, maka perusahaan harus berhasil mewujudkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan.

Memberikan serta mempertahankan kualitas layanan atau jasa yang baik pada konsumen bukanlah suatu hal yang mudah. Karena bentuk jasa bersifat abstrak dan tidak dapat dirasakan secara langsung. Konsumen merupakan penentu akhir dalam menilai kualitas layanan yang diberikan perusahaan. Bila kualitas pelayanan dari suatu perusahaan baik, maka konsumen akan mendapatkan kepuasan yang setimpal dengan biaya yang mereka keluarkan, tetapi sebaliknya jika kualitas pelayanan yang konsumen dapatkan itu tidak sesuai dengan harapannya, konsumen akan merasa kecewa dengan biaya yang telah mereka korbankan.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan sejauh mana suatu kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam konteks ini, kuesioner dikatakan valid apabila setiap butir pertanyaan atau pernyataan benar-benar dapat mewakili variabel yang hendak diukur (Ghozali, 2016:53). Nilai koefisien korelasi yang memiliki tingkat signifikansi lebih kecil dari 5% (level of significance) menunjukkan bahwa item pernyataan tersebut sesuai dengan indikator pembentuknya. Berdasarkan Ghozali (2016:53), dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- (1) Jika nilai signifikansi < α (0,05), maka variabel dinyatakan valid;
- (2) Jika nilai signifikansi > α (0,05), maka variabel dinyatakan tidak valid. sebagai berikut :

$$r_{\text{hitung}} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{((n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2))}}$$

Keterangan :

r_{hitung} = Koefisien Korelasi
 $\sum X_i$ = Jumlah skor item
 $\sum Y_i$ = Jumlah skor total seluruh jawaban
 n = Jumlah Responden

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016:354), uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi hasil suatu instrumen apabila pengukuran dilakukan berulang kali terhadap objek atau gejala yang sama dengan alat ukur yang identik. Uji ini berfungsi untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen dapat dipercaya dan diandalkan dalam menghasilkan data yang stabil. Penilaian reliabilitas dilakukan melalui pendekatan statistik menggunakan koefisien reliabilitas. Jika nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,60, maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel atau dapat diandalkan secara keseluruhan. Dengan uji reliabilitas ini dapat diketahui apakah instrumen memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi atau rendah. Berikut merupakan kategori koefisien reliabilitas menurut Guilford dalam Nur'asyifa, (2016:45):

- Nilai *alpha Cronbach* 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel
- Nilai *alpha Cronbach* 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel
- Nilai *alpha Cronbach* 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel
- Nilai *alpha Cronbach* 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel
- Nilai *alpha Cronbach* 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel

Untuk mempermudah dan mempercepat pengolahan data penulis mempergunakan aplikasi komputer dengan program SPSS 2.5.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan Analisis Regresi Linier Berganda digunakan pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara dua variabel bebas yaitu Pelayanan (X_1), dan Lokasi (X_2) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y), digunakan teknik data dengan menggunakan rumus analisis statistik regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan
 a = Konstanta dari persamaan regresi
 X_1 = Pelayanan
 X_2 = Lokasi
 b_1, b_2 = Koefisien variabel bebas
 e = Variabel Pengganggu/Error

Dalam proses pengolahan data, penulis mempergunakan aplikasi komputer dengan program SPSS untuk mempermudah dan mempercepat pengolahan data. SPSS adalah suatu *software* yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non parametrik dengan basis windows.

Uji F

Yaitu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Kemudian untuk menguji keberartian dari koefisien regresi secara simultan, digunakan pengujian statistik uji F dengan formulasi sebagai berikut (Sugiono, 2015:235):

Rumus:

$$Uji F = \left(\frac{R^2 / (K-1)}{(1-R^2) / (N-K-1)} \right)$$

Dimana:

R^2 = Koefisien korelasi ganda
 k = jumlah variabel independen
 n = jumlah sampel

Dengan kaidah keputusan:

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti tidak ada hubungan antara variabel dependent dengan independent
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti ada hubungan antara variabel dependent dengan independent.

Uji t

Yaitu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial/masing-masing mempengaruhi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 rumus:



$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

- r : Koefisien korelasi
n : Jumlah sampel

Untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial atau mengetahui variabel mana yang lebih mempengaruhi kepuasan pelanggan kedai 99 kabupaten kaur. digunakan uji-t, dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 dengan kriteria jika jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterim.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel.1 Hasil Output Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,193	1,028		0,188	,851
	Kualitas Pelayanan	,495	,188	,483	2,638	,010
	Harga	,487	,184	,483	2,638	,010

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan(Y)

Sumber : Hasil olah data, 2025

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta regresi sebesar 0,193 artinya jika tidak ada variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0 (tidak ada), nilai variabel Lokasi (X_2) sebesar 0 (tidak ada), nilai variabel kepuasan pelanggan (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,193.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,495 artinya jika variabel Kualitas pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) nilainya 0 (tidak ada nilai), maka keputusan penggunaan(Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,495. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif atau searah antara Kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Kedai 99 Kabupaten Kaur.

Koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,487 artinya jika variabel lokasi (X_2) dan nilainya 0 (tidak ada nilai), maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,487. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif atau searah antara lokasi (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Kedai 99 Kabupaten Kaur.

Hasil Uji Determinasi (R^2)

Tabel.2 Hasil Output Uji Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,963 ^a	,928	,926	0,93214

(Constant), Kualitas Pelayanan (X_1), Lokasi (X_2),

Hasil olah data, 2025.

Berdasarkan hasil uji determinasi pada tabel Model Summary, diperoleh nilai R Square sebesar 0,928 atau 92,8%. Hal ini berarti variabel X_1 , X_2 , secara simultan mampu menjelaskan sebesar 92,8% variasi yang terjadi pada variabel dependen Y, sedangkan sisanya sebesar 7,2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi.

Hasil Uji t**Tabel 3 Hasil Output Uji t**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,193	1,028		0,188	,851
	X1	,495	,188	,483	2,638	,010
	X2	,487	,184	,483	2,638	,010

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil olah data, 2025

Dasar pengambilan keputusan Ghozali, (2015:48) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

1. Apabila angka probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Apabila angka probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kesimpulan:

1. Hasil uji Kualitas pelayanan (X1) menunjukkan thitung 2.638 $>$ ttabel 1.664 dan sigfinikasi 0,003 $<$ 0,05, maka hasil dari hipotesa H_a diterima dan H_0 ditolak, berarti Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelayanan (Y) Kedai 99 Kabupaten Kaur.
2. Hasil uji lokasi (X2) menunjukkan thitung 2.638 $>$ ttabel 1.664 dan sigfinikasi 0,000 $<$ 0,05, maka hasil dari hipotesa H_a diterima dan H_0 ditolak, berarti lokasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Kedai 99 Kabupaten Kaur.

Hasil Uji F**Tabel 4 Hasil Output Uji f**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	866,084	2	433,042	498,391	,000 ^b
	Residual	66,904	77	0,869		
	Total	932,988	79			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan (Y)

Predictors: (Constant), kualitas pelayanan (X₁), lokasi (X₂)

Sumber : Hasil olah data, 2025.

Berdasarkan perbandingan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka nilai F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} yaitu 498,391 $>$ 2,49 maka disimpulkan bahwa hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh simultan antara pengaruh kualitas pelayanan (X₁), lokasi (X₂), terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini terlihat pada tingkat signifikansi 0,000 $<$ 0,05.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis didapat pengaruh masing-masing variabel dependent terhadap variabel independent terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Hasil Uji Pengaruh Masing-Masing Variabel Dependen Terhadap Variabel Independent.

Model	F_{hitung}	F_{tabel}	t_{hitung}	t_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	498,391	3,11	2.638	1,664	berpengaruh
Lokasi (X2)	498,391	3,11	2.638	1,664	berpengaruh

Sumber: Data penelitian (diolah), 2020



Pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan Kedai 99 Kabupaten Kaur

Pada tabel 15 dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kedai 99 Kabupaten Kaur. hal ini ditunjukkan dengan nilai thitung > ttabel ($2.638 > 1,664$).

Sejalan dengan hasil penelitian Eensi Nurye Friza, Sulisti Afriani dan Nurzam (2022) yang berjudul 'The Effect of Service and Location on Customer Satisfaction at the Andespar Manna Store, South Bengkulu', yang menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X_1) dan lokasi (X_2) secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Nilai signifikansi uji t untuk X_1 sebesar $0,001 < 0,05$ dan untuk X_2 sebesar $0,012 < 0,05$; sedangkan uji F menunjukkan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Pada penelitian ini didapat bahwa Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kedai 99 Kabupaten Kaur, hal ini dikarenakan banyak kedai pesaing yang menyediakan hal serupa dengan kedai 99 sehingga apapun bentuk pelayanan yang diberikan oleh kedai 99 akan diterima apa adanya oleh pelanggan.

Pengaruh lokasi (X2) terhadap kepuasan pelanggan Kedai 99 Kabupaten Kaur

Dari hasil analisis variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kedai 99 Kabupaten Kaur yang ditunjukkan dengan nilai thitung > ttabel ($2.638 > 1,664$).

Hal ini Selaras dengan penelitian Muhammad Rahman Febliansa, N Nina dan N Indriasari (2023) yang berjudul 'Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Publik Pada Kelurahan Lubuk Lintang, Kecamatan Seluma', yang menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat/pengguna layanan publik (Y) dan penelitian yang dilakukan oleh Baillia, dkk (2014) bahwa lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa pemilihan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau merupakan faktor penentu terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini konsumen menilai bahwa lokasi warung-warung makan Lamongan di kota Manado merupakan lokasi yang strategis, dekat dengan pusat perbelanjaan, mudah dijangkau kendaraan dan ketersediaan lokasi yang dapat menjangkau konsumen sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kedai 99 Kabupaten Kaur. Hal ini menunjukkan bahwa semakin strategis lokasi Kedai 99, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Lokasi Kedai 99 yang mudah dijangkau, berada di sekitar pusat aktivitas masyarakat, serta memiliki akses jalan yang baik memudahkan pelanggan untuk datang berkunjung, baik dengan kendaraan pribadi maupun transportasi umum. Ketersediaan area parkir yang memadai, lingkungan yang nyaman, serta suasana sekitar yang mendukung juga menjadi faktor yang meningkatkan kenyamanan pelanggan saat berada di Kedai 99.

Selain itu, penataan lokasi yang tertata rapi dan suasana tempat yang tenang memberikan nilai tambah bagi pelanggan dalam menikmati makanan dan minuman yang disajikan. Faktor-faktor tersebut membuat pelanggan merasa lebih puas dan cenderung ingin berkunjung kembali. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa lokasi yang strategis dan mudah diakses menjadi salah satu unsur penting yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Kedai 99 Kabupaten Kaur.

Pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) terhadap kepuasan pelanggan Kedai 99 Kabupaten Kaur

Variabel kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kedai 99 Kabupaten Kaur yang ditunjukkan dengan nilai F hitung > F tabel ($498,391 > 3,11$). Hal ini dikarenakan pelanggan Kedai 99 merasakan secara langsung pelayanan yang diberikan oleh pihak kedai, mulai dari keramahan karyawan, kecepatan dalam menyajikan pesanan, hingga perhatian terhadap kenyamanan pelanggan selama berada di tempat. Pelayanan yang ramah dan responsif membuat pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan kebutuhannya. Selain itu, kebersihan tempat, kerapian penyajian, serta sikap sopan dari karyawan juga menjadi faktor yang menambah nilai positif terhadap penilaian pelanggan terhadap Kedai 99.

Pihak Kedai 99 juga selalu berusaha menanggapi keluhan, saran, atau permintaan pelanggan dengan cepat dan tanggap, sehingga pelanggan merasa puas dan memiliki kesan baik terhadap kedai tersebut. Dengan pelayanan yang baik dan konsisten, pelanggan cenderung ingin kembali berkunjung dan bahkan merekomendasikan Kedai 99 kepada orang lain. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kedai 99 Kabupaten Kaur berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena pelayanan yang baik mampu menciptakan kenyamanan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil analisis regresi menunjukkan $Y = 0,193 + 0,495 (X1) + 0,487 (X2) + 1,028$. Hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel Kualitas pelayanan (X1) lokasi (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Kedai 99 Kabupaten Kaur.

Dari hasil uji t variabel kualitas pelayanan (X1) menunjukkan thitung 2.638 > ttabel 1.664 dan sigfinikasi 0,010 < 0,05, berarti kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Kedai 99 Kabupaten Kaur.

Hasil uji lokasi (X2) menunjukkan thitung 2.638 > ttabel 1.664 dan sigfinikasi 0,010 < 0,05, berarti lokasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Kedai 99 Kabupaten Kaur.

Hasil uji F menunjukkan nilai Fhitung lebih besar daripada nilai Ftabel yaitu $498,391 > 3,11$, maka disimpulkan bahwa hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh simultan antara pengaruh kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2), terhadap keputusan penggunaan (Y) Kedai 99 Kabupaten Kaur. Hal ini terlihat pada tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Saran

Pada hasil penelitian, diharapkan kepada pemilik usaha Kedai 99 Kabupaten Kaur, bahwa variabel lokasi, harga dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Penggunaan, Maka variabel tersebut harus lebih mendapat perhatian penuh, karena lebih banyak memberikan kontribusi pada tingkat keputusan penggunaan.

Bagi peneliti selanjutnya, perlu menambah variabel-variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan diharapkan pada peneliti lainnya juga untuk menggunakan tempat yang berbeda sebagai objek penelitian guna menambah referensi baru pada bidang penelitian yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fure, H. (2016). *Analisis Lokasi dan Lingkungan Usaha terhadap Kinerja Perusahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Friza, E. N., Afriani, S., & Nurzam, N. (2022). The Effect of Service and Location on Customer Satisfaction at the Andespar Manna Store, South Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 3(1), 94-102. <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1.384>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husein, U. (2020). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI). (2018). *Manajemen Pelayanan Jasa Perbankan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Irawan, H. (2012). *Prinsip Kepuasan Pelanggan: Paradigma Baru untuk Bisnis Modern*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nur'asyifa. (2016). *Analisis Reliabilitas dan Validitas Instrumen Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Nina, N., Indriasari, N., & Febliansa, M. R. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Publik Pada Kelurahan Lubuk Lintang, Kecamatan Seluma. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 849-856.
- Pongtuluran, Y. (2017). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Yogyakarta: Andi.
- Prasetyo, B., & Jannah, L. M. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran: Teori dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.