

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO IKAN HIAS AQUATICXO AROWANA PONDOK AREN

Fahreza Budi Ramdhan¹, Nani²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ¹ fahrezabd7@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ² dosen01704@unpam.ac.id

Abstract

This research aims to determine the variable "The Influence of Service Quality and Location on Consumer Satisfaction at the Aquaticxo Arowana Pondok Aren Shop". The research method used is associative research with a quantitative approach. The population in this study was consumers of the Aquaticxo Arowana Pondok Aren Ornamental Fish Shop. The sample in this research was 93 respondents. Sampling used the Slovin formula. The data collection methods used were questionnaires, literature study and observation. Data analysis methods used include: Descriptive Statistical Test, Normality, Multicollinearity, Heteroscedasticity, Multiple Linear Regression, t Test (Partial), F Test (Simultaneous), Correlation Coefficient (R), Determination Coefficient (R²) and Hypothesis Testing with the help of software SPSS 26. The research results from the t test show that the significance value of the 2 independent variables is more than 0.05, thus it can be concluded that partially both Service Quality and Location have an influence on Consumer Satisfaction. Meanwhile, from the results of the F test (simultaneous), a significance value of 0.000 ($0.000 < 0.05$) was obtained and an Fcount value of 32,640, which means Fcount is greater than Ftable ($32,640 > 3.098$), which means that the Service Quality and Location variables influence Consumer Satisfaction. From the results of the correlation coefficient test, an R value of 0.648 was obtained, where the Service Quality and Location variables have a very strong level of correlation with Consumer Satisfaction. And from the results of the coefficient of determination test (R²), the R square value is 0.420, which means that the influence of the Service Quality and Location variables on Consumer Satisfaction in this research is 42.0% while the remaining 58.0% is influenced by other variables not examined in the research. This.

Keywords: The influence of service quality and location on consumer satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Aquaticxo Arowana Pondok Aren". Jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah Konsumen Toko Ikan Hias Aquaticxo Arowana Pondok Aren. Sampel pada Penelitian ini sebanyak 93 Responden. Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, studi pustaka dan observasi. Metode Analisis data yang digunakan meliputi: Uji Statistik Deskriptif, Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, Regresi Linear Berganda, Uji t (Parsial), Uji F (Simultan), Koefisien Korelasi (R), Koefisien Determinasi (R²) dan Uji Hipotesis dengan bantuan software SPSS 26. Hasil penelitian dari Uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari 2 variabel independen sebesar lebih dari 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara parsial baik Kualitas Pelayanan maupun Lokasi

Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Sedangkan dari hasil uji F (simultan) didapat nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan nilai Fhitung sebesar 32.640 yang berarti Fhitung lebih besar dari Ftabel ($32.640 > 3,098$), yang berarti variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Dari hasil uji koefisien korelasi didapat nilai R sebesar 0,648 yang variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi mempunyai tingkat hubungan korelasi yang sangat kuat terhadap Kepuasan Konsumen. Dan dari hasil uji koefisien determinasi (R^2), nilai R square sebesar 0,420 yang berarti pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini sebesar 42,0% sedangkan sisanya sebesar 58,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap kepuasan Konsumen

1. PENDAHULUAN

Perikanan merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Sektor perikanan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional. Peranan dari sektor perikanan dalam pembangunan bisa dilihat dari fungsinya sebagai penyedia bahan baku pendorong agroindustri, peningkatan devisa melalui penyediaan ekspor hasil perikanan, memberikan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan nelayan dan petani serta pembangunan daerah. Perikanan di Indonesia memiliki potensi yang besar. Sehingga dapat dijadikan prospek bisnis yang menjanjikan dan dapat mengatasi krisis ekonomi.

Negara Indonesia memiliki keberagaman hayati dengan banyaknya jenis ikan hias, baik ikan hias air tawar maupun air laut. Jumlah spesies ikan hias air tawar di Indonesia diperkirakan sebanyak 400 spesies dari 1.100 spesies di dunia.

Ikan hias di Indonesia dijadikan salah satu komoditas perdagangan yang potensial didalam maupun diluar negeri. Ikan hias memiliki daya tarik tersendiri untuk menarik minat para pecinta ikan hias atau para penghobi, dan pada saat ini juga banyak pengusaha ikan konsumsi beralih ke pada usaha ikan hias. kelebihan dari usaha ikan hias adalah dapat menjangkau skala besar maupun kecil bahkan skala rumah tangga, selain itu perputaran modal pada ikan hias cukup cepat.

Keberadaan ikan hias di Indonesia memiliki berbagai macam jenis dan warna. Ikan hias yang diperjual belikan mampu memenuhi kepuasan para konsumen yang akan memeliharanya dan dijadikan sebagai hiasan untuk dilihat keindahannya serta memiliki daya tarik tersendiri.

Peran masyarakat dan pemerintah juga berpengaruh dalam usaha ikan hias ini, dengan aturan-aturan terbaru mengenai ikan hias yang

dibuat oleh pemerintah dalam memperjual belikan ikan hias dapat memberikan hasil positif bagi para pelaku bisnis ikan hias di negara Indonesia, serta peran dari masyarakat adalah dengan memelihara ikan hias dapat menjaga populasi ikan hias semakin terjaga dan dapat memberikan keindahan dalam memeliharanya.

Dalam memelihara ikan hias juga perlu memperhatikan berbagai aspek lainnya, tak hanya kondisi ikan yang dilihat. Akan tetapi banyak hal yang harus diperhatikan seperti kondisi air yang baik, tempat atau aquarium yang memadai dan menyesuaikan ukuran dari ikan hias, peralatan aquarium yang memadai dan berkualitas tinggi, serta obat – obatan ikan hias yang mampu menjaga kondisi ikan agar tetap sehat dan stabil. Maka dari itu dalam memelihara ikan hias tak hanya keindahannya saja yang di perhatikan akan tetapi aspek lainnya yang menunjang kehidupan ikan tersebut agar tetap sehat dan stabil.

Di daerah Kota Tangerang Selatan terdapat sebuah toko ikan hias yang memperjual belikan ikan hias, yang berfokus pada jenis ikan Arowana (*Osteoglossinae*). Ikan arowana sendiri memiliki filosofi dan keindahan yang berbeda dari jenis ikan lainnya sehingga dapat menarik banyak konsumen untuk memelihara arowana. Ikan arowana sendiri memiliki berbagai macam jenis seperti arowana silver, arowana silver albino, arowana jardini, arowana pino, arowana banjar, arowana golden red, dan arowana super red. Dari berbagai jenis tersebut memiliki keindahan dan keunikan masing – masing serta harga jual yang berbeda. Dari ke tujuh jenis arowana tersebut dapat ditemukan pada toko ikan hias Aquaticxo Arowana.

Selain menjual produk berupa ikan hias toko Aquaticxo Arowana juga melayani jasa penyembuhan ikan arowana yang sedang mengalami penyakit. Contoh penyakit pada

arowana adalah kutu jarum, gigit ekor, berenang tidak normal, dan lain sebagainya. Pelayanan jasa yang diberikan dapat membantu penyembuhan dari macam – macam penyakit tersebut.

Toko ikan hias Aquaticxo Arowana merupakan sebuah toko ikan hias yang melayani jual beli dan pelayanan jasa, baik pengobatan ikan hias atau pengiriman ikan hias ke luar daerah. Yang beralamat di kota Tangerang selatan kecamatan pondok aren. Usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2019 sampai dengan saat ini dan telah memiliki banyak konsumen dari berbagai daerah di Indonesia, pada perkembangan saat ini toko ikan hias Aquaticxo Arowana akan menyediakan pengiriman ke luar negeri yang tentunya proses tersebut tidaklah mudah dan cepat. akan tetapi demi kepuasan konsumen maka seluruh daerah dan negara dapat dijangkau.

Dalam mengembangkan usahanya toko ikan Aquaticxo Arowana tak hanya menjual produknya di toko saja akan tetapi juga menggunakan media sosial atau online shop. Pada era modern saat ini dimana teknologi yang semakin berkembang dengan pesat membuat para konsumen lebih mudah dalam melakukan transaksi pembelian.

Oleh karena itu banyak orang yang tertarik untuk memelihara ikan hias agar dapat menghilangkan rasa jenuh atau bosan yang ditimbulkan selama beraktivitas didalam rumah, selain itu memelihara ikan hias memiliki kepuasan tersendiri bagi yang memeliharanya. Maka dari itu terdapat sebuah peluang bisnis dimana dapat memperjual belikan sebuah produk atau ikan khususnya ikan arowana, seperti hal nya yang dilakukan oleh toko ikan hias aquaticxo arowana yang melihat peluang tersebut untuk menjembatani para masyarakat yang ingin memelihara ikan di rumah. Begitu pula yang dilakukan oleh toko Aquaticxo Arowana yang selalu mengedepankan kepuasan konsumen. Karena, jika konsumen merasa puas maka otomatis mereka akan terus menjadi konsumen yang setia.

Menurut Freddy Rangkuti (2020:92) Kepuasan Konsumen merupakan suatu studi tentang proses pengambilan keputusan oleh konsumen dalam memilih, membeli, memakai, serta memanfaatkan produk, jasa, gagasan, atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka.

Dari pengertian Kepuasan Konsumen diatas dapat diartikan kepuasan konsumen dapat dirasakan setelah mereka Melakukan pembelian sebuah produk/jasa dari penjual yang menyediakannya dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan itu sendiri merupakan sebuah pengalaman bagi para konsumen Yang telah membeli sebuah produk/jasa yang telah disediakan oleh toko ikan hias Aquaticxo Arowana, yang dimana para konsumen medapatkan sebuah kepuasan tersendiri dan dapat merekomendasikan kepada orang lain tentang bagaimana rasanya memelihara ikan hias yang berkualitas.

Melalui penelitian ini, diharapkan mampu memeberikan sebuah penilaian dan juga perhatian terhadap ikan hias yang ada di Indonesia karena ikan hias memiliki sebuah nilai atau value. Sehingga mampu membuat sektor perekonomian di Indonesia semakin membaik dan membuka lapangan kerja. Dengan hal tersebut ikan hias tak hanya dapat memberikan keindahan dan kepuasan bagi para konsumen yang memeliharanya akan tetapi juga memberikan nilai positif.

Untuk lebih mengetahui tentang Kepuasan Ksonsumen dapat dilihat dari data tabel 1.1 dibawah ini, berupa hasil pra survey yang telah dilakukan pada toko ikan hias Aquaticxo Arowana yang dilakukan pada tahun 2024. Dengan jumlah total 30 responden

Tabel 1.1
Data Pra-survey kepuasan konsumen pada toko ikan hias Aquaticxo Arowana

No.	Keterangan	Jawaban Responden		Jumlah Responden
		Ya	Tidak	
PRODUK				
1.	Toko Aquaticxo menyediakan berbagai macam peralatan aquarium	7	23	30
HARGA				
2.	Konsumen merasa senang dengan harga yang ditawarkan	14	16	30
PROMOSI				
3.	Konsumen terpicat dengan promosi yang diberikan	16	14	30
LOKASI				
4.	Konsumen mudah menemukan lokasi	12	18	30
PELAYANAN KARYAWAN				
5.	Konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan	13	17	30
FASILITAS				
6.	Konsumen merasa nyaman dengan fasilitas yang tersedia	14	16	30
SUASANA				
7.	Konsumen merasa tenang dengan suasana disekitar lokasi	13	17	30

Sumber : Data yang diolah berdasarkan hasil pra-survey, 2024

Dari hasil pra survey diatas yang menegani kepuasan konsumen masih banyak responden yang

memilih tidak, seperti pada indikator Produk yaitu Toko Aquaticxo menyediakan berbagai macam peralatan aquarium, dengan jumlah responden yang memilih tidak sebanyak 23 responden. Yang dimana pada toko Aquaticxo jenis ikan yang ditawarkan tidak begitu banyak, karena ikan hias Arowana yang disediakan oleh toko Aquaticxo hanya terdapat dua jenis Arowana yaitu jenis Super red dan Silver albino, yang dimana masih terdapat jenis ikan Arowana lainnya yang tidak disediakan oleh toko Aquaticxo. Selain itu pada indikator Harga mengenai Konsumen merasa senang dengan harga yang ditawarkan dengan banyaknya responden yang memilih tidak sebanyak 16 responden, yang dimana harga yang diberikan kepada toko Aquaticxo relatif mahal dan tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen, karena dengan menjual jenis Arowana Super red dan Silver albino yang relatif mahal tentunya hanya terdapat kalangan tertentu yang mampu membelinya, hal ini tentunya dapat merugikan karena dapat melewatkan kesempatan untuk mendapatkan konsumen lebih banyak.

Selanjutnya pada indikator Lokasi yaitu Konsumen mudah menemukan lokasi yang dimana responden banyak yang memilih tidak sebanyak 18 responden, artinya para konsumen sulit untuk menemukan lokasi dari toko Aquaticxo, dan untuk menemukan toko Aquaticxo harus dibantu dengan Google maps karena letaknya yang berada didalam pemukiman, bukan berada di bahu jalan atau di pinggir jalan yang dimana dapat memudahkan konsumen untuk menemukan toko Aquaticxo. Pada indikator Pelayanan karyawan yaitu Konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan, masih banyak responden yang memilih tidak karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko Aquaticxo tidak memuaskan, karena karyawan kurang pemahaman mengenai ikan arowana, seperti kondisi fisik dari ikan tersebut dan lain sebagainya.

Pada indikator Fasilitas yaitu konsumen merasa nyaman dengan fasilitas yang tersedia masih banyak responden yang memilih tidak yaitu sebesar 16 jawaban tidak, hal ini dikarenakan fasilitas yang disediakan oleh toko Aquaticxo kurang memadai. Seperti bangku atau sofa yang disediakan tidak banyak sehingga membuat para konsumen duduk lesehan dilantai ketika sedang memilih ikan. Selain itu pada indikator Suasana

yaitu Konsumen merasa tenang dengan suasana disekitar lokasi, dengan banyak responden yang memilih tidak sebanyak 17 jawaban tidak, artinya suasana di toko Aquaticxo tidak terlalu nyaman karena berada didalam gudang yang berhawa panas, sehingga membuat para konsumen tidak merasa nyaman.

Dari penjelasan masalah di atas, sehingga menyebabkan penurunan konsumen datang untuk membeli ikan hias Aquaticxo Arowana, berikut ini adalah data untuk konsumen pada Aquaticxo Arowana dari tahun 2021-2023 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2
Data Jumlah Konsumen Pada Toko Ikan Hias Aquaticxo Arowana Pada Tahun 2021-2023

No	Tahun	Target Konsumen	Realisasi Konsumen	Persentase %	Keterangan
1.	2021	2.114	1.875	88%	Tidak Tercapai
2.	2022	1.958	1.568	80%	Tidak Tercapai
3.	2023	1.878	1.350	71%	Tidak Tercapai

Sumber : Toko Ikan Hias Aquaticxo Arowana 2021-2023

Dari data jumlah konsumen pada Toko Ikan Hias Aquaticxo terjadi penurunan setiap tahunnya yang mana hal ini disebabkan oleh ikan yang ditawarkan tidak ada variasinya hanya 2 macam ikan dua jenis Arowana yaitu jenis Super red dan Silver albino. Dengan hal ini, dimana toko Aquaticxo yang hanya menyediakan 2 macam atau jenis Arowana tentunya dapat membuat konsumen beralih ke toko ikan hias lainnya yang menyediakan jenis ikan yang mereka cari, hal tersebut dapat berpengaruh bagi toko Aquaticxo Arowana karena telah melewatkan kesempatan untuk mendapatkan lebih banyak konsumen.

Apabila jenis-jenis ikan yang ditawarkan lebih banyak dan beragam maka dapat menjangkau seluruh kalangan masyarakat, karena pada ikan Arowana terdapat beberapa jenis yang harganya relatif lebih murah dan dapat dijangkau oleh masyarakat umum, seperti jenis Arowana Silver dan Arowana Jardini, dimana kedua jenis tersebut memiliki harga yang tidak terlalu mahal dan sering dicari oleh para konsumen. Jika toko Aquaticxo menyediakan 2 jenis tersebut maka akan mendapatkan konsumen lebih banyak lagi dan dapat membuat konsumen merasa puas karena apa yang mereka cari dan inginkan tersedia di di toko Aquaticxo Arowana.

Dari penjelasan diatas terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen yang juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah Kualitas Pelayanan. Untuk mengetahui

kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko Aquaticxo Arowana maka dilakukanlah pra survey tentang kualitas pelayanan. Karena dengan pelayanan yang diberikan oleh toko Aquaticxo kurang memuaskan maka akan membuat para konsumen mencari ikan hias ditempat lain, seperti pada toko ikan hias yang letaknya tidak terlalu jauh dari toko Aquaticxo, dan letak toko para pesaing juga strategis karena berada di bahu jalan.

Menurut Kasmir (2017:47) menjelaskan bahwa Kualitas pelayanan merupakan suatu perbuatan dan tindakan pelaku usaha atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Dibawah ini ada hasil berupa pra survey yang telah dilakukan pada toko ikan hias Aquaticxo Arowana yang dilakukan pada bulan april 2024. Dengan jumlah total 30 responden tentang Kualitas Pelayanan.

Tabel 1.3

Data Pra-Survei Kualitas Pelayanan pada Toko Ikan Hias Aquaticxo Arowana

No.	Keterangan	Jawaban Responden		Jumlah Responden
		Ya	Tidak	
BUKTI FISIK				
1.	Tempat aquarium yang bersih	20	10	30
KEHANDALAN				
2.	Pengiriman ikan sesuai standar pengemasan yang ditentukan	13	17	30
DAYA TANGGAP				
3.	Keluhan konsumen dapat ditangani dengan baik oleh karvawan	14	16	30
JAMINAN				
4.	Setiap pembelian mendapatkan garansi 100% uang kembali	19	11	30
EMPATI				
5.	Karyawan mampu menjelaskan kepada konsumen tentang produk ikan hias kepada konsumen dengan baik	14	16	30

sumber : data yang diolah berdasarkan hasil pra-survey, 2024

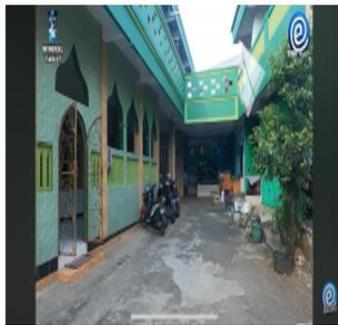
Berdasarkan data pra survey diatas diperoleh jawaban mayoritas tidak, hal ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan toko aquaticxo kurang maksimal, mengacu pada indikator kehandalan yaitu pengiriman ikan sesuai standar pengemasan yang ditentukan terdapat 17 responden yang menjawab tidak, karena pengemasan yang dilakukan oleh toko Aquaticxo ketika mengirimkan ikan keluar kota hanya menggunakan kardus yang dilapisi styrofoam, tentunya hal tersebut tidak aman karena rawan akan kebocoran, pengemasan yang baik seharusnya mengguakan box styrofoam Karena lebih aman dan tidak rawan kebocoran,

serta menjaga udara didalam box tetap stabil dan ikan tidak kepanasan didalam box styrofoam.

Selajutnya pada indikator daya tanggap yaitu keluhan konsumen dapat ditangani dengan baik oleh karyawan mendapat 16 jawaban tidak, hal ini dikarenakan salah satu hal yaitu pengemasan ikan yang tidak baik, sehingga para konsumen mengeluhkan hal tersebut kepada toko Aquaticxo, akan tetapi keluhan tersebut belum ditangani dengan baik sehingga responden lebih banyak memilih tidak. Selain itu pada indikator empati yaitu karyawan mampu menjelaskan kepada konsumen tentang produk ikan hias kepada konsumen dengan baik, hal ini disebabkan oleh minimnya pengetahuan karyawan tentang arowana karena pada ikan arowana memiliki nilai plus dan minus masing-masing, akan tetapi dengan minimnya pengetahuan karyawan maka tidak dapat menjelaskan nilai plus dan minus dengan baik kepada konsumen.

Dari penjelasan diatas terdapat pengaruh lainnya yang berdampak pada Kepuasan konsumen , salah satunya adalah Lokasi dari toko Aquaticxo Arowana itu sendiri, apakah mudah dijangkau dan ditemukan oleh para konsumen serta Lokasi yang strategis atau tidak. Tentunya hal ini juga berdampak pada penjualan dan berpengaruh pada kepuasan konsumen yang ingin berkunjung serta merasakan keadaan disekitar lokasi toko yang nyaman atau tidak.

Selain kualitas pelayanan, juga lokasi faktor terpenting dalam mempengaruhi kepeuasan. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:51) menyatakan bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang paling strategis



sumber : Youtube esha vlog

(Tampak depan toko)



sumber : Google maps Aquaticxo Arowana

(Tampak samping toko)

Gambar 1.1

Berdasarkan hasil gambar atau foto disekitar lokasi toko Aquaticxo Arowana dapat dilihat bahwa posisi toko yang berada didalam perumahan dan letak ikan yang berada didalam gudang membuat toko Aquaticxo Arowana tidak dapat dilihat oleh khalayak umum. Tentunya hal ini membuat calon konsumen kesulitan dalam mencari lokasi toko Aquaticxo, ditambah lagi dengan tidak adanya plang, banner, atau penanda lainnya yang menunjukkan keberadaan toko Aquaticxo yang berada didalam masjid, lebih tepatnya didalam gudang masjid. Dari penempatan lokasi yang kurang tepat dan kurang strategis tentunya dapat mempengaruhi penurunan penjualan karena lokasi toko yang sulit ditemukan



sumber : Toko Aquaticxo Arowana

(Posisi dari tengah gudang)



sumber : Toko Aquaticxo Arowana

(Posisi dari ujung gudang)

Gambar 1.2

Lokasi Aquarium Yang Berada Di Dalam Gudang Masjid

Pada gambar diatas dapat dilihat pada bagian posisi dari tengah gudang yang dimana hanya terdapat sofa untuk para konsumen yang berkunjung, akan tetapi ketika konsumen sedang memilih ikan arowana mereka duduk lesehan di lantai karena tidak ada bangku yang disediakan, tentunya hal tersebut dapat membuat konsumen kurang merasa nyaman dan tidak merasakan

kepuasan dalam melihat dan memilih ikan yang dibeli.

Selain itu pada gambar posisi gudang dari ujung ke ujung dapat dilihat bahwa tempat yang digunakan yaitu gudang masjid yang tidak terlalu luas dan hawa nya yang panas pada siang hari, karena minimnya sirkulasi udara yang menyebabkan udara terasa panas, dan juga tidak adanya pendingin ruangan atau AC melainkan hanya terdapat kipas angin satu buah saja, hal ini dapat membuat para konsumen yang berkunjung tidak merasa nyaman dan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Selanjutnya beberapa indikator yang mempengaruhi lokasi seperti Akses yaitu akses menuju toko Aquaticxo belum dapat dijangkau oleh kendaraan umum, maka konsumen yang berkunjung hanya bisa menggunakan kendaraan pribadi atau ojek online, selain itu Visibilitas yaitu toko Aquaticxo yang tidak dapat dilihat dari jarak pandang normal, karena letaknya yang tidak berada di bahu jalan sehingga tidak dapat dilihat langsung oleh konsumen. Lalu lintas yaitu keadaan disekitar toko Aquaticxo yang tidak terlalu ramai karena tidak dilalui oleh kendaraan umum, serta Lingkungan yaitu kondisi disekitar toko yang berdekatan langsung dengan masjid, hal ini dapat membuat konsumen yang berkunjung merasa kurang nyaman karena takut mengganggu kegiatan yang berada didalam masjid. Salah satu hal yang tak kalah penting yaitu Persaingan karena lokasi dari toko Aquaticxo yang berdekatan dengan toko ikan hias lain yang berada di bahu jalan sehingga membuat para konsumen lebih memilih toko yang berada di bahu jalan karena mudah dijangkau.

Pada penjelasan diatas hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu dengan judul Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di I Café Lina Putra Net Bandungan Yang diteliti oleh Iqbal Krisdayanto, Andi Tri Haryono, Edward Gagah. Pada jurnal Journal Of Management Volume 4 Nomor 4 tahun 2018, e-ISSN:2502-7689. Dengan metode Kuantitatif. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis masalah penurunan jumlah pendapatan dan penurunan jumlah kunjungan member Café Lina Putra Net Bandungan. Untuk mengetahui apakah harga, Kualitas Pelayanan, fasilitas, dan Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Café Lina Putra Net

Bandungan. Harga, Kualitas Pelayanan, fasilitas dan Lokasi adalah Variabel bebas dan Kepuasan Konsumen adalah Variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 350 member. Sampel yang diambil sebanyak 78 responden dengan menggunakan teknik Simple Random Sampling.

Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heterokedastisitas, dan berdistribusi normal. Variabel harga mempunyai koefisien regresi sebesar 0,333, kualitas pelayanan sebesar 0,215, fasilitas sebesar 0,284, lokasi sebesar 0,121. Dalam penelitian ini variabel harga merupakan variabel yang paling berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen, sedangkan lokasi merupakan variabel yang paling sedikit pengaruhnya dibandingkan variabel yang lain. I Cafe Lina Putra Net Bandungan perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Dari beberapa uraian masalah di atas yang menjadi tolak ukur terkait dengan kepuasan konsumen pada toko Aquaticxo pada beberapa hal berikut ini yaitu, Produk berupa yang ditawarkan kurang beragam, Harga yang diberikan tidak sesuai dengan budget para kosumen, kurangnya Promosi yang dilakukan toko Aquaticxo Arowana, Lokasi toko Aquaticxo yang kurang strategis, Pelayanan karyawan yang kurang baik, Fasilitas yang disediakan tidak begitu lengkap, Suasana didalam toko panas atau pengap. Sehingga akan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen karena Kualitas pelayanan dan Lokasi toko Aquaticxo Arowana tidak maksimal dan strategis, hal ini tentunya dapat mengurangi peluang yang ada untuk meningkatkan jumlah konsumen dan laba yang didapat.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen memiliki pengertian sebagai perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Pengertian manajemen secara umum adalah ilmu melakukan suatu tindakan guna mencapai tujuan. Adapun pengertian manajemen yang dikemukakan oleh para ahli, sebagai berikut:

Pengertian manajemen merupakan serangkaian aktivitas yang terdiri dari perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan pengendalian dengan tujuan untuk mencapai tujuan tertentu sebagaimana yang sudah ditargetkan melalui pemanfaatan sumberdaya manusia (Haris Nurdiansyah dan Robbi Saepul Rahman, 2019: 3).

Menurut Freddy Rangkuti (2020:17) Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha. Pada kondisi usaha seperti sekarang ini, pemasaran merupakan pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Menurut Warnadi (2019:1) pemasaran adalah perpaduan antara penjualan, periklanan dan hubungan masyarakat yang mencakup kegiatan identifikasi kebutuhan konsumen, riset pemasaran, pengembangan produk, penetapan harga, pendistribusian dan promosi. Definisi lainnya pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok, mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Philip Kotler (1980) dalam Supriatna Yuda (2019:8) manajemen pemasaran merupakan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang ditunjukkan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Kotler (2001) dalam Freddy Rangkuti (2020:18) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses perencanan dan menjalankan konsep, harga, promosi, serta distribusi sejumlah barang dan jasa, untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi.

Menurut Meithiana Indrasari (2019:8) manajemen pemasaran adalah rangkaian proses analisis, perencanaan pelaksanaan, serta pengawasan dan pengendalian suatu kegiatan pemasaran dimana tujuannya adalah untuk mencapai target perusahaan secara efektif dan efisien.

Menurut Lewis & Booms (1983) dalam Fandy Tjiptono (2017:142) secara sederhana, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Menurut Mutiawati (2019:43) kesulitan penelitian terhadap kualitas dirasakan lebih berat, mengingat persepsi pelanggan dalam menilai kualitas sangat subjektif. Kualitas pelayanan adalah kemampuan pemberi pelayanan dalam melayani pengguna barang atau jasa tersebut.

Menurut Farid Firmansyah (2019:9) kualitas pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap layanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan.

Menurut Fandy Tjiptono (2017:106) Lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah layanan mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah.

Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen (Tjiptono, 2015; Ifria Delima, 2019:32).

Menurut Dian Masita Dewi (2020:40) lokasi merupakan suatu tempat dimana perusahaan itu melakukan kegiatan fisik, kedudukan perusahaan dapat berbeda dengan lokasi perusahaan, karena kedudukan adalah kantor pusat dari kegiatan fisik

3. METODE PENELITIAN

a. Uji Instrumen Data

Uji coba instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun merupakan hasil yang baik. Baik buruknya instrumen penelitian ditunjukkan oleh tingkat kesahihan (validity) dan kehandalan (reliability). Uji coba instrumen dimaksudkan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumennya, sehingga dapat diketahui layak tidaknya digunakan untuk pengumpulan data pada konsumen Toko Aquaticxo Arowana.

1) Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:125) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Didalam uji validitas penulis menentukan berdasarkan analisis kesalahan butir, dengan teknik korelasi produk moment dan untuk mengetahui kesahihan butir, maka hasil perhitungan validasi instrumen akan dibandingkan dengan r tabel

2) Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) uji reabilitas dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan seseorang adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Realibitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik.

b. Uji Asumsi Klasik

Menurut Singgih Santoso (2015:342) berpendapat “Sebuah model regresi akan digunakan untuk melakukan peramalan sebuah model yang baik adalah model dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin. Karena itu, sebuah model sebelum digunakan seharusnya memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut asumsi klasik”. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah meliputi: Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heterokedastisitas

1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Hal ini sangat penting karena bila setiap data variabel tidak normal, maka pengujian hipotesis tidak bisa menggunakan statistik parametric

2) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:107) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah didalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen

3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

c. Analisis Regresi Linear

Menurut Sugiyono (2017:188) Analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang terjadi secara parsial diantara variabel bebas Kualitas pelayanan (X1) terhadap variabel terikat Kepuasan konsumen (Y), variabel bebas Lokasi (X2) terhadap variabel terikat Kepuasan konsumen (Y).

Menurut Sugiyono (2017:192) analisis permasalahan menggunakan analisis regresi linier berganda yaitu suatu metode yang menganalisa pengaruh antara dua variabel atau lebih, khususnya variabel yang mempunyai hubungan sebab akibat yaitu antara variabel dependen dengan variabel independen

d. Analisis Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi adalah nilai untuk mengukur kuat lemahnya hubungan antar variabel yang satu dengan variabel yang lain. Maka koefisien korelasi dapat digunakan untuk mengukur atau mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

e. Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2018:97) koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas

f. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:63) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Uji hipotesis antara variabel (X1) Kualitas Pelayanan, (X2) Lokasi dan (Y) Kepuasan Konsumen, dengan menggunakan uji parsial dan uji simultan atau keseluruhan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Tabel 4.8
 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keputusan
XI.1	0,468	0,204	valid
XI.2	0,623	0,204	valid
XI.3	0,420	0,204	valid
XI.4	0,415	0,204	valid
XI.5	0,489	0,204	valid
XI.6	0,386	0,204	valid
XI.7	0,355	0,204	valid
XI.8	0,410	0,204	valid
XI.9	0,504	0,204	valid
XI.10	0,574	0,204	valid

Sumber : data diolah spss 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.8 diatas, hasil uji validitas Kualitas Pelayanan (X1) diperoleh seluruh nilai r hitung > r tabel (0,204) artinya seluruh item atau pernyataan kuisisioner pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) dinyatakan valid. Maka dari itu kuisisioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data dalam penelitian ini

Tabel 4.9
 Hasil Uji Validitas Lokasi (X2)

Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keputusan
X2.1	0,446	0,204	Valid
X2.2	0,505	0,204	Valid
X2.3	0,448	0,204	Valid
X2.4	0,572	0,204	Valid
X2.5	0,368	0,204	Valid
X2.6	0,519	0,204	Valid
X2.7	0,397	0,204	Valid
X2.8	0,460	0,204	Valid
X2.9	0,441	0,204	Valid
X2.10	0,498	0,204	Valid

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan data pada tabel 4.9 diatas, hasil uji validitas Lokasi (X2) di peroleh seluruh nilai r hitung > r tabel 0,204, artinya seluruh item atau pernyataan koesioner pada variabel Lokasi (X2) dinyatakan valid. Sehingga Kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data dalam penelitian ini.

Tabel 4.10
 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keputusan
X2.1	0,475	0,204	Valid
X2.2	0,393	0,204	Valid
X2.3	0,416	0,204	Valid
X2.4	0,490	0,204	Valid
X2.5	0,530	0,204	Valid
X2.6	0,408	0,204	Valid
X2.7	0,450	0,204	Valid
X2.8	0,505	0,204	Valid
X2.9	0,685	0,204	Valid
X2.10	0,521	0,204	Valid

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan data pada tabel 4.10 diatas, hasil uji validitas Kepuasan Konsumen (Y) di peroleh seluruh nilai r hitung > r tabel 0,204, artinya seluruh item atau pernyataan koesioner pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) dinyatakan valid. Sehingga Kuesioner yang

digunakan layak untuk diolah sebagai data dalam penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.11

Hasil Uji Realibilitas Keseluruhan Variabel

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keputusan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,603	0,600	Reliabel
Lokasi (X2)	0,604	0,600	Reliabel
Kepuasan Kosumen (Y)	0,644	0,600	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha atas variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,603 variabel Lokasi sebesar 0,604 dan variabel Kepuasan Konsumen sebesar 0,644. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner semua ini reliable karena mempunyai nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,600. Sehingga dapat dikatakan uji reliabilitas ini dapat diterima (reliable) untuk digunakan dalam penelitian.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 4.12

Hasil Uji One Sample KST

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.77074510
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.048
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.12 tersebut dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05 dengan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa data dikatakan normal.

2) Uji Multikolonieritas

Tabel 4.13

Hasil Uji Multikolonieritas

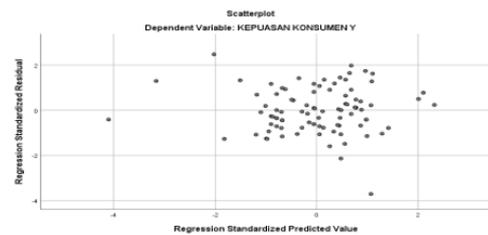
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.851	2.890			3.478	.001		
	KUALITAS PELAYANAN	.222	.096	.227	.2312	.023	.869	1.484	
	LOKASI	.477	.095	.491	5.003	.000	.869	1.484	

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan data pada hasil uji Tabel 4.14 di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel X dan Y memiliki korelasi satu sama lain. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pada variabel Harga (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) memiliki nilai tolerance sebesar 0,3366 lebih besar dari 0,100 dan nilai VIF 2,977 lebih kecil dari 10,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan tidak terjadi multikolonieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah peneliti

Gambar 4.4

Uji Heteroskedestisitas

Berdasarkan hasil gambar 4.4 diatas, titik-titik pada grafik Scatterplot tidak mempunyai pola penyebaran yang jelas atau tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian disimpulkan tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak untuk dipakai.

d. Uji Regresi Linier

Tabel 4.14

Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.592	2.898		5.726	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.498	.088	.509	5.643	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Tabel 4.15

Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.155	2.619		5.022	.000
	LOKASI X2	.604	.080	.621	7.563	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN Y

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Tabel 4.16

Uji Regresi Linear Berganda Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Dan Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.051	2.890		3.478	.001
	KUALITAS PELAYANAN	.222	.096	.227	2.312	.023
	LOKASI	.477	.095	.491	5.003	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

- 1) Nilai konstanta sebesar 10.051 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) tidak dipertimbangkan maka Kepuasan Konsumen (Y) hanya akan bernilai sebesar 10.051 point.
- 2) Nilai Kualitas Pelayanan (X1) 0,222 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada Lokasi (X2), maka setiap perubahan 1 unit pada Kualitas Pelayanan (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,222 point.
- 3) Nilai Lokasi (X2) 0,477 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada Kualitas Pelayanan (X1), maka setiap perubahan 1 unit pada Lokasi (X2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,477 point

e. Uji Koefisien Korelasi

Tabel 4.17

Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Parsial Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

		KUALITAS PELAYANAN	KEPUASAN KONSUMEN
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	1	.509**
	Sig. (2-tailed)		.000
KEPUASAN KONSUMEN	Pearson Correlation	.509**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
N		93	93

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.17 di atas, diperoleh nilai Koefisien korelasi sebesar 0,509 dimana nilai tersebut berada pada nilai Interval Koefisien 0,40 – 1,000 artinya kedua variabel yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Konsumen (Y) memiliki tingkat hubungan Sangat Kuat.

Tabel 4.18

Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Parsial Variabel Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

		LOKASI X2	KEPUASAN KONSUMEN Y
LOKASI X2	Pearson Correlation	1	.621**
	Sig. (2-tailed)		.000
KEPUASAN KONSUMEN Y	Pearson Correlation	.621**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
N		93	93

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.18 di atas, diperoleh nilai Koefisien korelasi sebesar 0,621 dimana nilai tersebut berada pada nilai Interval Koefisien 0,40 – 1,000 artinya kedua variabel yaitu Lokasi (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y) memiliki tingkat hubungan Sangat Kuat.

Tabel 4.19

Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Simultan Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.648 ^a	.420	.408	2.801

a. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PELAYANAN

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, hasil uji koefisien korelasi secara simultan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,648 dimana

nilai tersebut berada pada interval 0,40-1,000, sehingga dapat dinyatakan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) memiliki tingkat hubungan sangat kuat terhadap Kepuasan Konsumen(Y).

f. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.20

Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Parsial Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.509 ^a	.259	.251	3.150	1.692

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN
 b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.20 di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,259 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 25,9% sedangkan sisanya sebesar 74,1% dipengaruhi faktor lain

Tabel 4.21

Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Parsial Variabel Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.621 ^a	.386	.379	2.867	1.680

a. Predictors: (Constant), LOKASI X2
 b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN Y

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.21 diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,386 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi sebesar 38,6% sedangkan sisanya sebesar 61,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya

Tabel 4.22

Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Simultan Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.648 ^a	.420	.408	2.80136	1.611

a. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PELAYANAN
 b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Dari hasil pengujian pada tabel 4.22 diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar

0,420 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 42,0% sedangkan sisanya sebesar 58,0% dipengaruhi oleh faktor yang lainnya.

g. Uji Hipotesis

Tabel 4.23

Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.592	2.898		5.726	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.498	.088	.509	5.643	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel 4.23 di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (5.726 > 1.661) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < Sig.0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka Ho1 ditolak dan Ha1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Aquaticxo Arowana

Tabel 4.24

Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.155	2.619		5.022	.000
	LOKASI X2	.604	.080	.621	7.563	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN Y

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan pengujian hasil pada tabel 4.24 di peroleh nilai t hitung >t tabel atau (5.022 > 1,661) >Hal tersebut juga di perkuat dengan nilai p value < Sig.0,050 atau (0,000 < 0,050).Dengan demikian maka Ho2 ditolak dan Ha2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Aquaticxo Arowana.

Tabel 4.25
Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	512.294	2	256.147	32.640	.000 ^b
	Residual	706.287	90	7.848		
	Total	1218.581	92			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PELAYANAN

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel 4.25 di atas diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (32.640 > 3.098), hal ini juga diperkuat dengan ρ value < Sig. 0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka H_03 ditolak dan H_{a3} diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Aquaticxo Arowana.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebagai berikut :

- Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan Regresi (Y) = 16.592 + 0.498 (X1), nilai Koefisien Korelasi sebesar 0,509 dimana nilai tersebut berada pada nilai person correlation 0,40 - 1,00 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sempurna. Nilai Koefisien Determinasi sebesar 0,259 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 25,9% sedangkan sisanya sebesar (100%-25,4%) = 74,1% dipengaruhi faktor lain seperti produk dan promosi. Uji Hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (5.726 > 1.661) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai ρ value < Sig.0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka H_01 ditolak dan H_{a1} diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Ikan Hias Aquaticxo Arowana Pondok Aren.

- Pengaruh Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan Regresi (Y) = 13.155 + 0.604 (X2), nilai Koefisien Korelasi sebesar 0,621 dimana nilai tersebut berada pada nilai person correlation 0,40- 1,00 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sempurna. Nilai Koefisien Determinasi sebesar 0,386 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 38,6% sedangkan sisanya sebesar (100%-38,6%) = 61,4% dipengaruhi faktor lain. Uji Hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (5.022 > 1,661). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai ρ value < Sig.0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka H_01 ditolak dan H_{a1} diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Ikan Hias Aquaticxo Arowana Pondok Aren.
- Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai persamaan regresi (Y) 10.051 + 0,222 (X1) + 0,477 (X2). Nilai Koefisien Korelasi sebesar 0,648 dimana nilai tersebut pada interval nilai person correlation 0,40 - 1,00 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sempurna. Nilai Koefisien Determinasi sebesar 0,420 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 42,0% sedangkan sisanya sebesar (100 - 42,2%) = 58,0 % di pengaruhi variabel lain. Uji Hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (32.640 > 3.098). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai ρ value < Sig.0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka H_03 ditolak dan H_{a3} diterima , hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Ikan Hias Aquaticxo Arowana Pondok Aren

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aditama, R. A. (2020). Pengantar manajemen, malang : AE publishing.

- [2] Anwar Sudirman, Said Maskur, Muhammad Jailani. Manajemen Perpustakaan.Riau : PT. Indragiri Dot Com
- [3] Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). Principles of Marketing. 17th red. New Bandung: Kencana penada media group.
- [4] Dewi Dian Masita. (2020). Bisnis Dan Perencanaan Bisnis Baru. Sleman : CV BUDI UTAMA
- [5] Fatihudin, D. (2019). Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas pelanggan). Sleman: CV BUDI UTAMA
- [6] Firmansyah, f., & Haryanto, R., (2019). Manajemen Kualitas Jasa. Surabaya : Duta media publisinsg
- [7] H. Abdurrozzaq. (2021). Kewirausahaan : Yayasan Kita Menulis
- [8] Halim, dkk. 2020. Marketing Dan Social Media. Bandung: Media Sains Indonesia.
- [9] Hamdat, A., Aafah, Khusuma, A. M., Cahya, B. T., Salam, K. N., Islamiyah, M. H., . . . Dwita, V. (2020). Manajemen Pemasaran & Prilaku Konsumen: Prinsip, Dasar, Strategi Dan Implementasi. Yogyakarta: Diandra Kreatif/Mirra buana Media.
- [10] Indahingwati.A. (2019) kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian Pada
- [11] Kuaitas Layanan SIM Corner di Indonesia, Surabaya:CV Jakad publishing
- [12] Indrasari Meithiana. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya : press@unitomo.ac.id
- [13] I Made Laut Mertha Jaya. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Teori, Penerapan, dan Riset Nyata. Quadrant.
- [14] Kotler, P., & Keller, K.L. (2019) Manajemen Pemasaran Edisi 13
- [15] Mulyadi & Winarso. (2020). pengantar manajemen. Banyumas: CV. Pena Persada.
- [16] Nurdinzyah, H., & Rahman R.S. (2019). Pengantar Manajemen. Yogyakarta : Diandra Kheatif.
- [17] Rangkuti, F. (2020) Strategi Promosi Yang Kreatif. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- [18] Siswanto, B. (2018). Pengantar Manajemen. Jakarta:Bumi Aksara
- [19] Sudarso. (2016). Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan. Sleman:Dee publish
- [20] Sugiantoro, A. (2014). Pelayanan Penjualan. Jakarta:CV Rizeva Utama
- [21] Sugiono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. bandung:Alfabeta
- [22] Sujarweni, V, W. (2014) Metodologi Penelitian. Yogyakarta : PUSTAKABARUPRESS
- [23] Supriatna Yuda, Adiyanto Yoga. (2019). Induksi Manajemen Pemasaran
- [24] Tjiptono, F. (2017) Service Manajement Mewujudkan Layanan Prima Edisi 3. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI)
- [25] Wardani., & Triyono, A. (2019). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : Dee Publish
- [26] Anjarwani, S. (2017). Pengaruh Klengkapan Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserba DM Baru 1 Pleret Bantul Yogyakarta. Jurnal Ekobis Dewantara, 1(3), 48-59.
- [27] Anggraini Meriska. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Cat Tembok Merek Kaalux di PT. Era Mulya Citra Warna Gunung Sindur Bogor Jawa Barat.