

Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen CV. Ardian Mas Medan

Rido Sahputra Ritonga¹, Amir Makhmud Zain Nasution², Siti Umami Arfah Nasution³

^{1,2,3} Universitas Al Washliyah Medan

Corresponding Author: Rido Sahputra Ritonga, ridho090999@gmail.com

Published: Oktober, 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah lokasi dan fasilitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Ardian Mas Medan baik secara parsial dan simultan dan seberapa besar pengaruhnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi langsung, penyebaran kuesioner, wawancara dan studi pustaka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan beberapa uji yakni *reliability analysis*, uji penyimpangan asumsi klasik dan *regression linier*. Berdasarkan hasil regresi data primer yang diolah dengan menggunakan SPSS 20, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut: $Y = 16,801 + 0,147 X_1 + 0,435 X_2 + e$. Secara parsial, variabel lokasi (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Ardian Mas Medan, terbukti dari nilai t hitung $> t$ tabel ($2,063 > 1,979$). Variabel fasilitas layanan (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Ardian Mas Medan, terbukti dari nilai t hitung $> t$ tabel ($5,436 > 1,979$). Secara simultan, variabel lokasi (X_1) dan fasilitas layanan (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Ardian Mas Medan. Artinya hipotesis pada penelitian ini diterima, terbukti dari nilai F hitung $> F$ tabel ($18,098 > 3,07$). Variabel lokasi (X_1) dan fasilitas layanan (X_2) mampu memberikan kontribusi pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen CV. Ardian Mas Medan sebesar 22,9% sedangkan sisanya sebesar 77,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari kesimpulan di atas, penulis memberikan saran bahwa melihat hasil variabel lokasi lebih rendah dari fasilitas layanan, maka hendaknya perusahaan meningkatkan perluasan lokasi khususnya pada ruang tunggu agar konsumen yang datang lebih nyaman lagi ketika menunggu dan transaksi. Hendaknya fasilitas layanan yang sudah diterapkan karyawan dapat dipertahankan. Hendaknya karyawan tetap bekerja dengan kinerja yang baik sesuai peraturan perusahaan agar terciptanya kepuasan konsumen yang lebih baik lagi.

Keywords: Lokasi, Fasilitas Layanan, Kepuasan Konsumen

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Dalam setiap kegiatan usaha, pada dasarnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang optimal guna mempertahankan eksistensi perusahaan di dalam persaingan. Mengukur tingkat kepuasan konsumen dilihat dari tingkat kesesuaian antara produk dan/atau jasa pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima. Tingkat kesesuaian tersebut ditinjau dari hasil penilaian yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan pada pengetahuan dan pengalamannya. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan menjadi tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Untuk memperoleh gambaran

tentang kepuasan konsumen, maka perlu diketahui arti kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks terdiri dari lima unsur, yaitu: Reliabilitas, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangible.

Untuk meningkatkan kualitas Layanan, perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk lokasi dan fasilitas layanan. Lokasi dan fasilitas yang kurang memadai dapat menurunkan kepuasan konsumen. Jika lokasi usaha sulit dijangkau atau fasilitas yang disediakan kurang memadai, hal ini dapat menurunkan kepuasan konsumen. Sebaliknya, jika lokasi usaha mudah dijangkau dan fasilitas yang disediakan memadai, hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Menurut Tjiptono (2015:345) menyatakan bahwa: "Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen." Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 62) sebagai berikut: "Tempat merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia pada konsumen sasaran. Distribusi memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu perusahaan guna memastikan produknya. Hal ini dikarenakan tujuan dari distribusi adalah menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat".

Menurut Kotler (2016:256) "Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen". Sedangkan menurut (Daradjat, 2014:156), "Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan.

Layanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan karena merupakan proses, sebagai proses layanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan organisasi dan masyarakat (Moenir: 2012:27), sedangkan menurut Gasper dalam Mauludin (2011:39) layanan didefinisikan sebagai aktifitas pada keterkaitan antara pemasok dan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut Kasmir (2017:236) Kepuasan konsumen adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang atau jasa. Artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataan. Harapan dan kenyataan inilah yang akan menentukan tingkat kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016:153) menjelaskan bahwa "Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service's perceived performance (or outcome) to expectations". Maksudnya kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang merupakan hasil membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang telah dirasakan dengan harapan. Sedangkan menurut Tjiptono & Diana (2015:17) Kepuasan konsumen adalah kepuasan pelanggan di pandang sebagai outcome atau hasil yang didapatkan dari pengalaman konsumsi barang atau jasa spesifik (outcome- oriented-approach).

CV Ardian Mas Medan merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman barang yang beroperasi di kota Medan. Sebagai perusahaan jasa, kepuasan pelanggan menjadi faktor penting untuk mempertahankan bisnis dan bersaing di pasar. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah lokasi dan fasilitas layanan yang disediakan oleh perusahaan.

Lokasi yang strategis dan fasilitas layanan yang memadai dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengakses jasa yang disediakan oleh perusahaan. Sebaliknya, lokasi yang kurang strategis dan fasilitas layanan yang kurang memadai dapat menyebabkan ketidaknyamanan bagi pelanggan dan berpotensi mengurangi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap lokasi dan fasilitas layanan yang tersedia untuk memastikan bahwa dapat memuaskan kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Penelitian tentang pengaruh lokasi dan fasilitas layanan terhadap kepuasan konsumen CV Ardian Mas Medan dapat memberikan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan pelanggan. Sementara itu, faktor lingkungan seperti kondisi ekonomi dan sosial di kota Medan juga dapat

mempengaruhi preferensi dan kepuasan pelanggan terhadap lokasi dan fasilitas layanan yang disediakan oleh perusahaan. Oleh karena itu, mempertimbangkan faktor-faktor tersebut dalam penelitian tentang pengaruh lokasi dan fasilitas layanan terhadap kepuasan konsumen CV Ardian Mas Medan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang perilaku konsumen di pasar jasa pengiriman barang di kota Medan.

Fenomena yang dapat diamati dalam penelitian tentang pengaruh lokasi dan fasilitas layanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut Preferensi lokasi yang berbeda-beda. Setiap konsumen memiliki preferensi yang berbeda-beda terkait dengan lokasi suatu usaha. Ada yang lebih memilih lokasi yang mudah diakses dan dekat dengan tempat tinggal, sementara ada juga yang lebih memilih lokasi yang strategis untuk berbelanja atau menggunakan jasa. Oleh karena itu, lokasi usaha sangat penting dalam menarik minat konsumen. Fasilitas yang kurang memadai dapat membuat konsumen merasa tidak nyaman dan mengurangi kepuasan mereka.

Faktor eksternal mempengaruhi preferensi konsumen. Faktor eksternal seperti kondisi ekonomi dan sosial di suatu daerah juga dapat mempengaruhi preferensi dan kepuasan konsumen terhadap lokasi dan fasilitas layanan yang disediakan oleh suatu usaha. Jika kondisi ekonomi dan sosial di suatu daerah kurang stabil, konsumen cenderung lebih memilih usaha yang lokasinya dekat dengan tempat tinggal mereka.

Dengan memahami fenomena-fenomena di atas, perusahaan dapat mengambil tindakan yang tepat untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan bisnisnya di pasar. Pihak perusahaan harus teliti dalam menganalisis tiap-tiap tahapan dalam keputusan pembelian konsumen. Konsumen memutuskan untuk membeli produk atau jasa berdasarkan serangkaian tahapan, yang dikenal sebagai proses pembelian. Proses pembelian ini terdiri dari lima tahapan, yaitu: Berikut ini merupakan tabel data jumlah konsumen pada CV. Ardian Mas Medan bulan Januari - Maret 2023.

Tabel 1. Jumlah Konsumen CV. Ardian Mas Medan Bulan Januari-Maret

No	Bulan	Jumlah	Rata-rata kunjungan perhari
1.	Januari	7,595 Orang	245 Orang
2.	Februari	6,300 Orang	225 Orang
3.	Maret	5,890 Orang	190 Orang

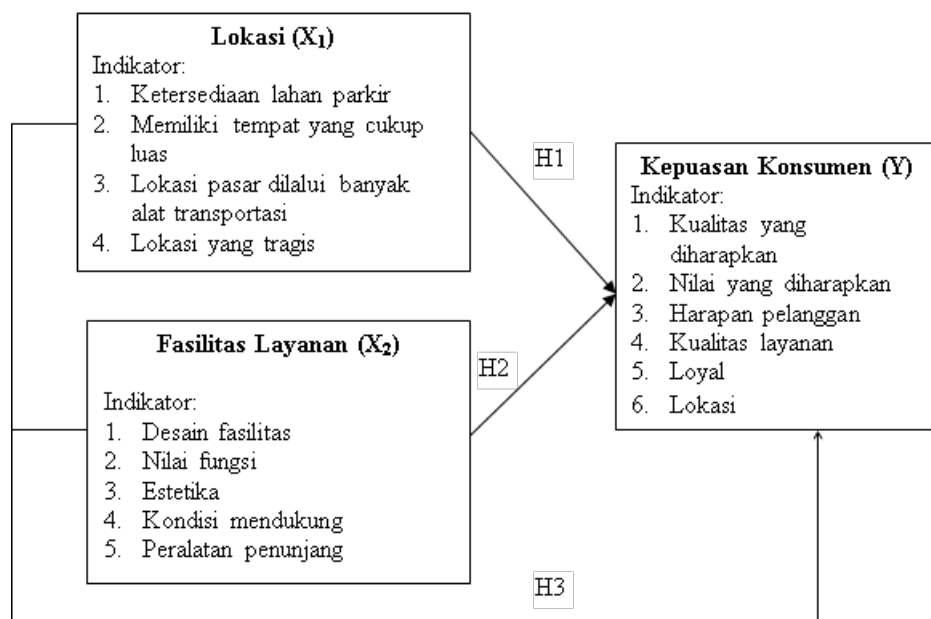
Dapat dilihat dari beragam karakter masyarakat Medan, banyak dari mereka yang lebih memilih produk CV. Ardian Mas Medan. Banyak alasan mereka memilih produk CV. Ardian Mas Medan. Dengan begitu tidak bisa pungkiri bahwa kualitas sebuah lokasi dan Layanan yang diberikan oleh perusahaan tentunya menjadikan factor utama yang dicari oleh para konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka ataupun kepuasan konsumen itu sendiri. Serta apabila lokasi dan fasilitas layanan yang mereka berikan akan menimbulkannya kepuasan pada konsumen, tentunya mereka akan kembali untuk menggunakan produk dan Layanan yang disediakan oleh perusahaan tersebut. Namun begitu juga sebaliknya jika mereka merasa tidak puas atas produk dan layanan yang disediakan pada perusahaan tersebut, serta membuat para konsumen kecewa dan membuat mereka tidak ingin membeli kembali produk serta layanan tersebut. Dengan demikian dapat dilihat bahwa kualitas produk dan layanan memiliki peran yang sama dalam mempertahankan konsumen yang berkunjung diperusahaan tersebut.

METODE

Jenis peneilitan ini adalah kuantitatif. Dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah Konsumen CV. Ardian Mas Medan. Sedangkan objek penelitiannya adalah variabel yang akan diteliti. Dalam hal ini variabel yang diteliti adalah Lokasi (X_1), Fasilitas Layanan (X_2) dan Kepuasan Konsumen (Y).

Menurut Sugiyono (2016:47), Kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan faktor yang telah didefinisikan secara teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti, yang selanjutnya dirumuskan kedalam bentuk paradigm penelitian. Jadi kerangka

konseptual adalah sintesa tentang hubungan antara variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideproposalkan. Untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam gambar kerangka konseptual berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2016:80) menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah Konsumen CV. Ardian Mas Medan sebanyak 1.250 konsumen.

Menurut Arikunto (2017:173) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Arikunto (2017:173) mengatakan bahwa apabila subjeknya kurang dari 100, maka seluruh populasi menjadi sampel penelitian. tetapi jika subjeknya lebih dari 100 maka dapat diambil 10-15% atau 15-25%. berdasarkan defenisi diatas dapat dikatan hasil penjumlahan sampel penelitian ini adalah $1.250 \times 10 \% = 125$, jadi sampel penelitian sebanyak 125 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden terpilih pada lokasi penelitian. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada CV. Ardian Mas. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui studi dokumentasi baik dari buku, jurnal dan informasi dari internet untuk mendukung penelitian ini.

Instrumen untuk mendapatkan data penelitian menggunakan kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur baik variabel bebas maupun variabel terikat dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert. Adapun teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas Data

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak, penulis menggunakan uji analisis Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria nilai signifikansi harus lebih besar dari 0,05 untuk dapat dikatakan data terdistribusi normal. Berikut adalah hasil ujinya:

**Tabel 2. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.93160747
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.076
	Negative	-.098
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.005 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS Versi 25, Data Diolah 2023

Dari *output SPSS* di atas dapat diketahui bahwa nilai (*Test Statistic*) sebesar 0,098. Karena signifikansi lebih kecil atau sama dari 0,005 ($0,005 = 0,005$), maka nilai residual tersebut telah normal.

Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas adalah sebuah situasi yang menunjukkan adanya korelasi atau hubungan kuat antara dua variabel bebas atau lebih dalam sebuah model regresi berganda. Jika terjadi multikolinearitas, maka sebuah variabel yang berkorelasi kuat dengan variabel lainnya di dalam model, kekuatan prediksinya tidak handal dan tidak stabil dan pengertian multikolinearitas adalah sesungguhnya terletak pada ada atau tidak adanya korelasi antar variabel bebas.

Salah satu cara melihat ada atau tidaknya gejala multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflating Factor (VIF)*. Jika nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan *VIF* < 10 dapat diindikasikan adanya multikolinearitas begitu juga sebaliknya. Berikut adalah hasil uji multikolinieritas yang diuji menggunakan *software SPSS Versi 25*.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.801	4.292		3.915	.000		
	Lokasi	.147	.071	.165	2.063	.041	.991	1.009
	Fasilitas_Layanan	.435	.080	.434	5.436	.000	.991	1.009

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

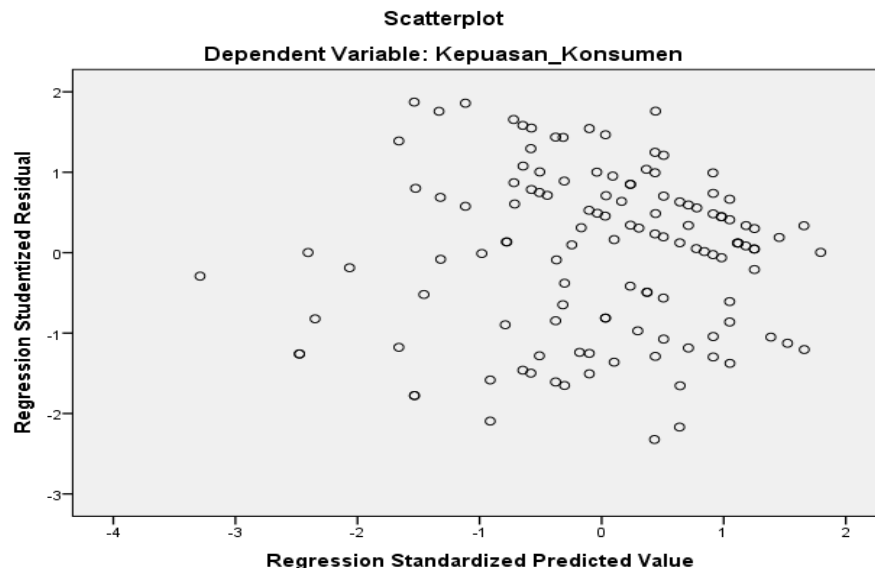
Sumber: Output SPSS Versi 25, Data Diolah 2023

Dari tabel hasil uji multikolinieritas di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai *Tolerance* sebesar 0,991 $> 0,1$ dan nilai *VIF* sebesar $1,009 < 10$ sehingga bisa disimpulkan antar variabel independen tidak terjadi persoalan multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini diuji dengan metode grafik. Alasannya karena lebih praktis, dimana pada saat kita melakukan uji heteroskedastisitas, secara otomatis hasil uji heteroskedastisitasnya bisa langsung terlihat.

Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan metode grafik.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS Versi 25, Data Diolah 2023

Dari *output* di atas dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas dalam model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.801	4.292		3.915	.000
	Lokasi	.147	.071	.165	2.063	.041
	Fasilitas_Layanan	.435	.080	.434	5.436	.000

Sumber: Output SPSS Versi 25, Data Diolah 2023

Diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 16,801 + 0,147 X_1 + 0,435 X_2 + e$$

1. Konstanta sebesar 16,801 artinya jika lokasi (X_1) dan fasilitas layanan (X_2) nilainya 0, maka kepuasan konsumen (Y) nilainya adalah 16,801.
2. Koefisien regresi variabel lokasi (X_1) sebesar 0,147 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan lokasi mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,147. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara lokasi dengan kepuasan konsumen, semakin naik lokasi maka semakin naik kepuasan konsumen.

Koefisien regresi variabel fasilitas layanan (X_2) sebesar 0,435 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan fasilitas layanan mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,435. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara fasilitas layanan dengan kepuasan konsumen, semakin naik fasilitas layanan maka semakin naik kepuasan konsumen.

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Hasil uji hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.801	4.292		3.915	.000
	Lokasi	.147	.071	.165	2.063	.041
	Fasilitas_Layanan	.435	.080	.434	5.436	.000

Sumber: Output SPSS Versi 25, Data Diolah 2023

Pada tabel *Coefficients^a* diperoleh juga nilai t hitung. Nilai t hitung tersebut selanjutnya dibandingkan dengan nilai t tabel pada $\alpha = 0,05$. Nilai t tabel pada df (n-k) dimana n adalah banyaknya sampel dan k adalah banyaknya variabel baik variabel bebas maupun terikat, maka $125-3 = 122$. Pada df 122 dengan $\alpha = 0,05$ nilai t tabel adalah 1,979.

Nilai t hitung variabel lokasi (X_1) adalah sebesar 2,063, dengan demikian t hitung $>$ t tabel ($2,063 > 1,979$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa variabel lokasi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Ardian Mas Medan.

Nilai t hitung variabel fasilitas layanan (X_2) adalah sebesar 5,436, dengan demikian t hitung $>$ t tabel ($5,436 > 1,979$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa variabel fasilitas layanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Ardian Mas Medan.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Anova atau analisis varian merupakan uji koefisien regresi secara bersama-sama (uji F) untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	568.673	2	284.337	18.098	.000 ^b
	Residual	1916.735	122	15.711		
	Total	2485.408	124			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Fasilitas_Layanan, Lokasi

Sumber: Output SPSS Versi 25, Data Diolah 2023

Pada tabel Anova^b diperoleh nilai F hitung sebesar 18,098 sedangkan nilai F tabel sebesar 3,07. Dengan demikian F hitung $>$ F tabel ($18,098 > 3,07$) artinya variabel lokasi dan fasilitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Ardian Mas Medan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien detreminasi (R^2) hasil regresi dapat dilihat pada tabel seperti bawah ini:

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.478 ^a	.229	.216	3.96370	2.504

a. Predictors: (Constant), Fasilitas_Layanan, Lokasi

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Output SPSS Versi 25, Data Diolah 2023

Nilai koefisien determinasi (R^2) hasil regresi sebesar 0,229 artinya bahwa variabel lokasi dan fasilitas layanan memberikan kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen CV. Ardian Mas Medan

sebesar 22,9%. Hasil ini merupakan hasil dari ($R^2 \times 100\%$), sedangkan sisanya 77,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DISKUSI

Frekuensi Jawaban Responden terhadap Lokasi

Lokasi CV. Ardian Mas Medan terjangkau konsumen dengan hasil 64,8%. Dari seluruh responden, bahwa lokasi CV. Ardian Mas Medan memiliki lahan parkir yang luas dan aman dengan hasil 50,4%. Dari seluruh responden, ruangan CV. Ardian Mas Medan memberikan suasana yang nyaman dengan hasil 60,8%. Dari seluruh responden, bahwa lokasi berada di jalur yang mudah di akses ojek online dengan hasil 40,0%. Dari seluruh responden, lokasi CV. Ardian Mas Medan sudah tertera di google maps dengan hasil 54,5%. Dari seluruh responden, bahwa CV. Ardian Mas Medan memiliki layanan berupa pengantaran barang dengan hasil 47,2%. Dari seluruh responden, bahwa area lokasi di sekitar CV. Ardian Mas Medan selalu dalam keadaan bersih dengan hasil 51,2%. Dari seluruh responden bahwa lokasi CV. Ardian Mas Medan dekat dengan area perkantoran dengan hasil 57,6%. Dari seluruh responden, bahwa lokasi untuk tempat duduk di CV. Ardian Mas Medan cukup luas dengan hasil 48,8%. Dari seluruh responden, lokasi CV. Ardian Mas Medan di jaga oleh petugas parkir yang profesional dengan hasil 61,6%.

Frekuensi Jawaban Responden terhadap Fasilitas

Fasilitas jasa tertata secara rapi, menarik dan estetik dengan hasil 48,8%. Dari seluruh responden, bahwa saya merasakan kenyamanan ruang pelayanan CV. Ardian Mas Medan dengan hasil 53,6%. Dari seluruh responden, bahwa kondisi ruang pelayanan CV. Ardian Mas Medan tertata rapi dan bersih dengan hasil 59,2%. Dari seluruh responden, bahwa furniture memberi rasa nyaman dan aman dengan hasil 41,6%. Dari seluruh responden, bahwa apabila permintaan berubah, fasilitas yang digunakan juga menyesuaikan dengan hasil 49,6%. Dari seluruh responden, bahwa jam operasional CV. Ardian Mas Medan sesuai dengan harapan dengan hasil 48,8%. Dari seluruh responden, bahwa penampilan dari karyawan yang menggunakan pakaian yang rapi dengan hasil 60,8%. Dari seluruh responden bahwa saya merasa nyaman dengan fasilitas yang tersedia di ruang tunggu pelayanan dengan hasil 57,6%. Dari seluruh responden, tersedia fasilitas smooking area dengan hasil 48,8%. Dari seluruh responden, bahwa lingkungan aman dan nyaman, sehingga konsumen merasa tidak terganggu dengan hasil 41,6%.

Frekuensi Jawaban Responden terhadap Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan CV. Ardian Mas Medan jika dibandingkan dengan perusahaan lain dengan hasil 55,2%. Dari seluruh responden, bahwa saya merasa puas dengan pelayanan karyawan dalam menjaga kualitas barang dengan hasil 52,0%. Dari seluruh responden, bahwa saya merasa puas dengan pelayanan karyawan dalam memberikan informasi dengan hasil 51,2%. Dari seluruh responden, bahwa saya akan selalu berbelanja kebutuhan saya di CV. Ardian Mas Medan dengan hasil 62,4%. Dari seluruh responden, bahwa saya merasa puas dengan kelengkapan jenis produk yang ada di CV. Ardian Mas Medan dengan hasil 64,0%. Dari seluruh responden, bahwa saya merasa puas dengan lokasi yang mudah untuk dijangkau dengan hasil 56,8%. Dari seluruh responden, bahwa saya merasa puas dengan promosi yang diberikan oleh perusahaan dengan hasil 55,2%. Dari seluruh responden, bahwa saya merasa puas dengan keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan hasil 68,0%. Dari seluruh responden, bahwa saya merasa puas dengan kebersihan yang ada di CV. Ardian Mas Medan dengan hasil 48,8%. Dari seluruh responden, bahwa saya akan ikut mempromosikan CV. Ardian Mas Medan kepada teman-teman kerja dengan hasil 46,4%.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dibahas dengan mengolah dan kuesioner dan menggunakan beberapa pengujian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial, variabel lokasi (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Ardian Mas Medan, terbukti dari nilai t hitung $>$ t tabel ($2,063 > 1,979$). Variabel fasilitas layanan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Ardian Mas Medan, terbukti dari nilai t hitung $>$ t tabel ($5,436 > 1,979$).
2. Secara simultan, variabel lokasi (X1) dan fasilitas layanan (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Ardian Mas Medan. Artinya hipotesis pada penelitian ini diterima, terbukti dari nilai F hitung $>$ F tabel ($18,098 > 3,07$).
3. Variabel lokasi (X1) dan fasilitas layanan (X2) mampu memberikan kontribusi pengaruh terhadap variabel kinerja sebesar 22,9% sedangkan sisanya sebesar 77,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Adapun saran yang dapat peneliti ajukan adalah sebagai berikut:

1. Melihat hasil variable lokasi lebih rendah dari fasilitas layanan, maka hendaknya perusahaan meningkatkan perluasan lokasi khususnya pada ruang tunggu agar konsumen yang datang lebih nyaman lagi ketika menunggu dan transaksi.
2. Hendaknya fasilitas layanan yang sudah diterapkan karyawan dapat dipertahankan.
3. Hendaknya karyawan tetap bekerja dengan kinerja yang baik sesuai peraturan perusahaan agar terciptanya kepuasan konsumen yang lebih baik lagi.

REFERENSI

- Alma, B. (2011). Kewirausahaan (Untuk Mahasiswa dan Umum). Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2010) Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Arikunto, S. (2017). Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fiazisyah, Annisa. dkk. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya, e-journal Boga, Vol 7, No. 2. 2018.
- Hastono. Diana, Mila. Pengaruh Kualitas Produk Fasta dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Pepper Lunch Cabang Central Park Jakarta Barat. Jurnal Ilmiah PERKUSI Vol 1 No 2, 2021.
- Latifah, Nurul. dkk. Analysis of The Effect of Service Quality And Price on Loyalty Through Customer Satisfaction in Padang Restaurant in Makassar.
- Ma'ruf, Khorif. The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Sate H. Pardi Restaurant Branch Dr. M.Isa. International Journal of Marketing & Human Resource Rescarh e-ISSN: 2746-4040. Vol.2, No 2 April 2021.
- Martono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Subagio, Joko. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelyanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). Jurnal Akutansi dan Manajemen, Vol 16 No 01, April 2019
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suryani. 2017. Mnajemen Pemasaran Steategik Bank Di Era Global. Prenada Media Group
- Syahri, Dinda. dkk. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Karibia Seafood Medan. Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam Vol 1 No 1, 2018.
- Taan, Hapsawati. (2017). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Karawo di Kota Gorontalo. Jurnal Ilmiah Bisnis dan Kewirausahaan. Vol. 6, No. 2 ISSN 2252-3073 (diakses pada 12 November 2018)

- Tjiptono, Fandy. 2015. Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Tombeng, Brigitte. dkk. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akutansi Vol 7, No 1, 2019
- Ujang Suwarman. 2004. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Edisike-2,