

PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PELANGGAN OPTIMAL FOTOCOPY MALANG)

Oleh:

Rafilah Putri Adibah¹

Musthofa Hadi²

Achmad Zaini³

Politeknik Negeri Malang

Alamat: Jl. Soekarno Hatta no.9, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur (65141).

Korespondensi Penulis: rafilahpa23@gmail.com

***Abstract.** Customer orientation is a business service approach and strategy that seeks to place customer needs above business needs. Entrepreneurs want customers to come back again for the same or more services. Customers are satisfied because their needs are met, namely the cognitive situation of the purchase regarding the equivalence between the results obtained compared to the contributions made. A conscious or cognitive appraisal of the product's performance, whether it is comparatively good or terrible, or if it is appropriate for its intended use, is known as customer satisfaction. The impact of customer satisfaction is suspected to cause fluctuations in Optima Fotocopy Malang's business turnover in the third trimester of 2025.*

This study will use quantitative research methods to examine the impact of location and quality service on customer satisfaction at Optima Photocopy Malang. Multiple linear regression and descriptive analysis are the data analysis methods utilized to evaluate the hypothesis. Nonprobability purposive sampling was utilized to obtain data from the study's sample of 95 respondents through the distribution of questionnaires.

Based on the study's findings, it was found that the factors of location and service quality had a very strong effect on the customer satisfaction variable at Optimal Photocopy

PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PELANGGAN OPTIMAL FOTOCOPY MALANG)

Malang. The average indicator of customers will return is 4.34, the expectation is 4.28, and they are willing to recommend 4.31 due to several factors such as waiting areas, parking, and the completeness of supporting equipment. It is hoped that the company will pay attention to the appearance or clothes used by employees, in this case the manager can provide special uniforms for employees.

Keywords: *Customer Satisfaction, Location, Service Quality.*

Abstrak. Orientasi terhadap pelanggan adalah pendekatan dan strategi pelayanan bisnis yang berusaha penempatan kebutuhan pelanggan di atas kebutuhan bisnis. Pengusaha menginginkan pelanggan untuk kembali lagi untuk mendapatkan layanan yang sama atau lebih. Pelanggan puas dikarenakan kebutuhannya terpenuhi yaitu jasa atau produk yang diterima sepadan dengan kontribusi yang dilakukan. Kepuasan pelanggan adalah evaluasi dengan sadar atau penilaian kognitif menyangkut kinerja jasa relatif bagus atau buruk atau produk bersangkutan cocok atau tidaknya dengan tujuan dan atau pemakaiannya. Dampak kepuasan pelanggan ditengarai menjadikan fluktuasi omzet usaha Optima Fotocopy Malang pada trimester ketiga 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Lokasi dan Layanan Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Optima Fotocopy Malang dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Dalam pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner pada sampel penelitian ini berjumlah 95 responden menggunakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau *non-probability purposive sampling*.

Berdasarkan temuan penelitian disimpulkan secara parsial dan simultan variabel lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh sangat kuat terhadap variabel kepuasan pelanggan Optimal Fotocopy Malang. Rerata indikator pelanggan akan berkunjung kembali sebesar 4,34, kesesuaian harapan 4,28, dan bersedia untuk merekomendasikan sebesar 4,31 karena beberapa faktor seperti tempat tunggu, parkir, dan kelengkapan peralatan penunjang. Diharapkan perusahaan memperhatikan penampilan atau pakaian yang digunakan oleh pegawai, dalam hal ini pengelola dapat memberikan seragam khusus bagi para pegawai.

Kata Kunci: Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

LATAR BELAKANG

Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi saat ini, perusahaan harus merevisi rencana mereka baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam persaingan bisnis yang ketat, setiap upaya harus mempertimbangkan kebutuhan pelanggan. Lokasi usaha berupa lalu lintas dan tempat parkir dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sebelum memulai bisnis mereka, seorang pengusaha mempertimbangkan beberapa hal. Salah satunya adalah pemilihan lokasi yang tepat. Konsumen saat ini lebih jeli dan selektif dalam menilai suatu produk maupun jasa, pilihan konsumen pada suatu produk dan jasa tidak hanya berdasarkan pada harga yang ditawarkannya, tetapi juga pada kualitas pelayanan yang akan dirasakan oleh konsumen. Fotokopi dan percetakan adalah salah satu peluang bisnis yang dapat diambil oleh setiap pebisnis. Fotocopy memiliki kecanggihan yang juga disesuaikan dengan perkembangan jaman.

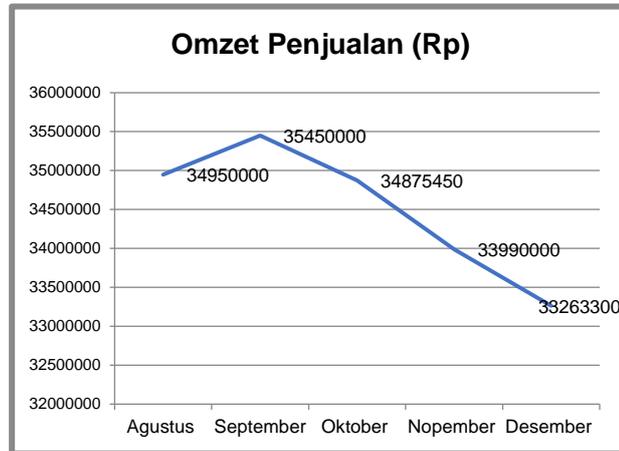
Optimal Fotocopy Malang adalah bisnis perorangan yang berdiri sejak tahun 2006 dan menyediakan jasa percetakan dan alat tulis kantor. Lokasi Optimal Fotocopy cukup strategis yang terletak diantara sekolah, perguruan tinggi dan perkantoran. Sebelumnya, usaha bisnis tersebut sudah ada dan berlokasi di jalan Raya Jombang, depan Universitas Negeri Malang. Lokasi tersebut, berdasarkan akses mudah dijangkau baik oleh angkutan kota maupun pribadi baik motor dan mobil, karena lokasinya mudah dijangkau oleh konsumen sehingga omzet penjualan fotokopi menjadi baik. Pada lokasi Optimal Fotocopy yang baru ini akses jalan sama-sama mudah dijangkau oleh mobil dan motor, dekat kampus UNITRI, AKBID WHN, Kampus III UMM dan berada di wilayah yang terdapat tempat kost mahasiswa. Tetapi omzet penjualan belum begitu bagus jika dibandingkan dengan tempat lokasi yang dulu. Optimal Fotocopy diketahui bahwa masih terdapat beberapa pelanggan yang melakukan komplain atas pelayanan. Komplain pelayanan tersebut antara lain berkaitan dengan adanya pekerjaan yang tidak tepat waktu dalam menyelesaikannya, terdapat beberapa pekerjaan yang kurang rapi seperti penjilidan, laminating, kemudian jam kerja buka tutup tidak sesuai jadwal.

Pada observasi awal yang dilakukan, lokasi usaha Optimal Fotocopy cukup strategis, akan tetapi masih kurang memenuhi indikator visibilitas yaitu masih belum terdapat papan nama atau *neon box* yang mudah dilihat oleh konsumen. Fenomena yang

PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PELANGGAN OPTIMAL FOTOCOPY MALANG)

ada berdasarkan omzet penjualan lima bulan terakhir pada Optimal Fotocopy masih berfluktuasi. Berikut disajikan omzet penjualan usaha Optimal Fotocopy.

Gambar 1. Grafik Omzet Penjualan Agustus s/d Desember 2023



Sumber: Optimal Fotocopy Malang (2023)

Penjualan Optimal Fotocopy berubah, atau meningkat, seperti yang ditunjukkan pada grafik di atas. Fluktuasi omzet penjualan tersebut terjadi karena adanya persaingan dari usaha sejenis. Berdasarkan wawancara awal dengan pemilik usaha, diketahui bahwa masih terdapat beberapa pelanggan yang melakukan komplain atas pelayanan yang diberikan oleh Optimal Fotocopy. Keluhan yang disampaikan tersebut antara lain berkaitan dengan adanya pekerjaan yang tidak tepat waktu dalam menyelesaikannya, terdapat beberapa pekerjaan yang kurang rapi seperti penjilidan, laminating, kemudian jam kerja buka tutup tidak sesuai jadwal.

Persaingan ketat antara pengusaha fotocopy menuntut pemilik usaha punya pemasaran yang baik untuk dapat bertahan. Bagian dari strategi untuk memenangkan persaingan adalah dengan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan lokasi tempat usaha dan meningkatkan kualitas pelayanan. Kajian empiris membuktikan lokasi usaha berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Ariyanti *et al.* 2022 ; Fitriyani dan Lestari, 2022), layanan berkualitas mempengaruhi kepuasan pelanggan (Sholehudin dan Sukoco, 2020 ; Yanti dan Puja, 2021). Berbeda dengan penelitian Vira *et al.* (2023) menemukan bukti lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Lebih lanjut penelitian Budairno *et al.* (2022) menunjukkan kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa variabel yang diteliti memiliki pengaruh signifikan dan tidak signifikan, maka penelitian ini berdasarkan temuan tersebut. Selain itu fenomena yang ada pada objek penelitian terjadi fluktuasi omzet penjualan selama beberapa periode. Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh variabel lokasi dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Optimal Fotocopy.

KAJIAN TEORITIS

Lokasi

Lokasi adalah tempat bisnis menjalankan operasinya untuk menghasilkan barang dan jasa yang bernilai ekonomis. (Tjiptono, 2017). Pengaruh lokasi, fasilitas, desain, dan tata letak pada *mood* dan respons pelanggan sangat penting. Pemilihan lokasi sangat penting untuk keberlangsungan bisnis karena lokasi yang strategis membuat bisnis lebih mudah diakses oleh pelanggan (Tjiptono, 2017).

Lokasi yang dipilih atau tempat fisik perlu mempertimbangkan pada faktor-faktor antara lain (Tjiptono, 2017) : (1) Akses, kemampuan atau hak untuk menggunakan sesuatu dalam hal ini transportasi banyak pilihan. (2) Visibilitas adalah ketika seseorang dapat melihat lokasi saat melalui jalan. (3) Lalu lintas atau banyaknya orang yang lalu lalang dapat meningkatkan kemungkinan *impulse buying*. Kemacetan lalu lintas juga dapat menjadi hambatan. (4) Lahan parkir, yang leluasa dan aman. (5) Ekspansi, masih ada ruang yang cukup untuk berkembang lebih jauh. (6) Lingkungan, yaitu wilayah yang mendukung layanan yang ditawarkan. (7) Persaingan, yaitu jarak lokasi pesaing.

Penelitian ini, menggunakan beberapa indikator dari teori di atas yang disesuaikan dengan keadaan yang sebenarnya pada tempat objek penelitian, yaitu; akses, lalu lintas (*traffic*), visibilitas, dan tempat parkir.

Kualitas Pelayanan

Perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan tentang layanan yang diterima atau diperoleh dapat didefinisikan sebagai *service quality* (Lupiyoadi, 2016). Faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan adalah kualitas produk atau jasa.

PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PELANGGAN OPTIMAL FOTOCOPY MALANG)

Kualitas jasa dapat diawali kebutuhan pelanggan kemudian diakhiri dengan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang menilai tingkat kualitas jasa karena memanfaatkan atau membeli jasa suatu perusahaan (Tjiptono, 2017).

Menurut Tjiptono (2017), ada lima dimensi kualitas layanan, yaitu: (1) Produk langsung (*tangibles*), jasa atau produk yang dapat dirasakan secara fisik oleh semua orang. Produk langsung berupa fasilitas fisik (gedung, gudang, parkir), perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi. (2) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk menjaga konsistensi dan kualitas dalam memberikan pelayanan atau produk. Keandalan layanan sesuai dengan harapan pelanggan, sikap simpatik, dan akurasi yang tinggi. (3) Daya tanggap (*responsiveness*), adalah kemampuan perusahaan menanggapi semua kemauan pelanggan, dengan cepat dan efisien. (4) Jaminan (*assurance*), proses sistematis untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan perusahaan. Jaminan terdiri dari kompetensi, kredibilitas, komunikasi, keamanan, dan sopan santun. (5) Empati (*empaty*), yaitu memberikan perhatian tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah ketika seseorang berpikir tentang apakah hasil yang mereka dapatkan sepadan dengan apa yang mereka korbankan (Tjiptono, 2017). Kualitas produk, kualitas layanan, emosional, harga dan biaya menjadi faktor penentu tingkat kepuasan konsumen (Indrasari, 2019). *Mood* dan respons pelanggan sangat dipengaruhi oleh lokasi, desain, dan tata letak fasilitas jasa (Tjiptono, 2017).

Beberapa indikator kepuasan pelanggan antara lain (Tjiptono, 2017): 1) Kesesuaian harapan didefinisikan sebagai tingkat kesesuaian antara kinerja produk atau layanan yang diharapkan oleh pelanggan dengan hasil yang diterima oleh pelanggan. 2) Keinginan kembali didefinisikan sebagai kesediaan pelanggan untuk kembali membeli produk atau layanan terkait atau yang lain. 3) Kesediaan mengajurkan didefinisikan sebagai kesediaan pelanggan secara sukarela menyarankan produk atau layanan yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode kuantitatif, yaitu data yang dikumpulkan dalam bentuk angka yang dapat dihitung, dan kemudian menghasilkan kesimpulan tentang penelitian. Analisa data penelitian dilakukan dengan menggunakan program pengolahan data, yaitu SPSS. Data yang dipakai adalah data primer yang diperoleh dari kuisisioner dengan teknik mengukur data menggunakan skala likert.

Penelitian ini menguji instrumen penelitian untuk validitas dan reliabilitas. Uji Validitas digunakan untuk menentukan sah atau tidaknya sebuah kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaannya mampu mengungkapkan apa yang dimaksudkan untuk diukur (Ghozali, 2019). Uji reliabilitas adalah perhitungan terhadap item pertanyaan yang sudah valid (Ghozali, 2019).

Teknik analisis data yang digunakan terkait dengan persepsi konsumen menggunakan statistik deskriptif dan untuk menganalisis pengaruh antar variabel menggunakan *Regresi Linier Berganda* dengan uji asumsi klasik sebagai persyaratan Regresi. Pengujian hipotesis menggunakan pengujian parsial dan simultan untuk menentukan kebermaknaan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis secara statistik menguji kebenaran hipotesis alternatif (h_a) dan hipotesis nol (h_0) atau seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Arikunto, 2016)..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji instrumen terlihat bahwa koefisien korelasi secara keseluruhan lebih besar dari 0,2017. Maka, variabel Lokasi (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan sah. Dengan cara ini, setiap item yang sah dapat digunakan untuk mengukur variabel ini. Semua variabel penelitian dianggap dapat diandalkan, terutama jika koefisien Alpha mereka lebih besar dari 0,6. Artinya jawaban responden atas pertanyaan mengenai lokasi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat diandalkan (*reliabel*).

Rata-rata indikator akses sebesar 4,25 atau kategori sangat strategis. Maknanya lokasi Optimal Fotocopy mudah dilalui oleh konsumen. Lokasi usaha dekat dengan jalan yang sering dilalui konsumen. Jalan di depan lokasi Optimal Fotocopy merupakan jalan utama yang sudah beraspal cukup lebar sehingga konsumen tidak kesulitan menuju lokasi.

PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PELANGGAN OPTIMAL FOTOCOPY MALANG)

Indikator visibilitas memiliki rerata sebesar 4,32 dengan kategori sangat strategis. Artinya responden dapat melihat toko Optimal Fotocopy dengan jelas dari jalan utama. Konsumen dapat melihat dengan jelas dari jalan raya. Optimal Fotocopy menggunakan bangunan berupa ruko dengan desain toko pada umumnya, sehingga mudah dilihat konsumen dan memiliki penanda toko berupa banner yang cukup besar sehingga nama Optimal Fotocopy mudah dilihat konsumen.

Rata-rata indikator lalu lintas sebesar 4,32 atau kategori sangat strategis. Hal ini berarti lokasi Optimal Fotocopy dekat dengan jalan raya sehingga banyak orang lalu lintas Lokasi Optimal Fotocopy berada di jalan poros utama yang menghubungkan daerah Tlogomas dan Landungsari, setiap hari banyak dilalui masyarakat.

Indikator tempat parkir memiliki rerata yaitu 4,38 dengan kategori sangat strategis. Maksudnya lokasi Optimal Fotocopy didukung oleh sarana parkir yang mencukupi bagi kendaraan roda empat atau roda dua. Lahan parkir luas dengan daya tampung lebih dari 10 motor dan atau 2 mobil.

Rata-rata indikator bukti langsung sebesar 4,18 dengan kategori baik. Bermakna Optimal Fotocopy memperhatikan perlengkapan dan mesin fotokopi yang memadai, teknologi mesin fotokopi yang digunakan cukup memadai, menyediakan ruang, kursi dan televisi bagi pelanggan yang antri menunggu. Pegawai berpenampilan rapi.

Rata-rata indikator keandalan adalah 4,22 dengan kategori sangat baik. Artinya pelayanan yang diberikan pegawai Optimal Fotocopy cukup akurat dengan interpretasi sangat baik, hasil fotocopy jarang terjadi kesalahan. Pegawai cukup akurat dalam menghitung biaya dengan jumlah lembaran yang difotokopi, dapat dipercaya meskipun jika orderan harus ditinggal, hasil sesuai pesanan pelanggan. Jumlah lembaran dan halaman yang difotokopi sesuai dengan permintaan pelanggan.

Indikator daya tanggap memiliki rerata yaitu 4,36 dengan kategori sangat baik. Hal ini bermakna pegawai Optimal Fotocopy telah melayani sangat baik, pegawai bersedia memberikan bantuan pada konsumen yang membutuhkan. Pegawai selalu menanyakan dengan detail apa yang diinginkan pelanggan. Pegawai memberikan solusi jika pelanggan kurang paham dengan proses fotokopi. Pegawai cepat tanggap dalam merespon permintaan konsumen. Pegawai cepat tanggap memperbaiki dan mengulang jika hasil fotokopi kurang sesuai dengan keinginan pelanggan.

Rata-rata indikator jaminan adalah 4,35 atau kategori sangat baik. Hal ini bermakna pelayanan yang diberikan pegawai Optimal Fotocopy sangat baik, pegawai memiliki memiliki pengetahuan yang mendalam dalam mengoperasikan mesin fotocopy, pegawai cukup paham jika pelanggan menginginkan jenis fotokopi seperti fotokopi bolak balik, fotokopi yang harus diperkecil. Pegawai sopan dalam melayani pelanggan, karyawan ramah saat melayani pelanggan, selalu senyum pada setiap pelanggan. Pegawai tidak membedakan pelanggan yang melakukan order jumlah banyak maupun sedikit lembaran yang difotokopi, semua dilayani sesuai antrian. Pegawai mampu mengatasi semua permasalahan dan kebutuhan pelanggan. Pegawai memberikan arahan jika pelanggan kurang paham terhadap kebutuhan hasil fotokopi

Indikator empati mendapat rata-rata sebesar 4,43 dengan kategori sangat baik. Hal ini bermakna bahwa menurut sebagian besar responden pelayanan yang diberikan pegawai Optimal Fotocopy sangat baik, pegawai tulus membantu setiap pelanggan yang membutuhkan penjelasan atau kesulitan. Pegawai bersedia memberikan bantuan pada pelanggan yang membutuhkan tanpa membedakan.

Rata-rata indikator kesesuaian harapan sebesar 4,28 dengan kategori sangat puas. Ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas dengan kualitas layanan Optimal Fotocopy, yang sesuai dengan harapan mereka. Hasil lembaran fotokopi sangat cerah, kertas yang digunakan berkualitas. Jumlah lembaran hasil fotokopi sesuai dengan yang aslinya, apabila terjadi eror pada mesin fotokopi, pegawai cepat tanggap memperbaiki. Pelanggan merasa sangat puas dengan fasilitas penunjang seperti tempat duduk pada ruang tunggu, televisi, tempat parkir yang luas yang diberikan Optimal Fotocopy. Mesin pemotong yang disediakan cukup lengkap untuk ukuran besar dan kecil, untuk pemotongan tebal dan tipis

Rata-rata indikator berkunjung kembali sebesar 4,34 dengan kategori sangat puas. Hal ini bermakna responden merasa sangat puas akan berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan Optimal Fotocopy tidak dibedakan, permintaan order dalam jumlah lembaran banyak dan sedikit tetap dilayani dengan baik. Optimal Fotocopy sangat bermanfaat memenuhi kebutuhan. Hasil fotokopi sangat baik, warna cerah dan kertas tidak lembab. Optimal Fotocopy menyediakan fasilitas mesin yang mengikuti perkembangan teknologi, disediakan ruang tunggu, mesin pemotong yang lengkap serta area parkir yang luas.

PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PELANGGAN OPTIMAL FOTOCOPY MALANG)

Rata-rata indikator kesediaan merekomendasikan sebesar 4,31 dengan kategori sangat puas. Ini menunjukkan bahwa responden sangat puas dengan kualitas layanan dan akan dengan senang hati menyarankan orang lain dan keluarga mereka. Pelanggan merasa sangat puas dengan fasilitas yang memadai, sehingga secara sukarela untuk memberikan rekomendasi kepada rekan dan keluarga. Fasilitas mesin foto kopi dan fasilitas penunjang seperti tempat tunggu, parkir, peralatan penunjang seperti mesin potong cukup lengkap.

Sebagai hasil dari analisis regresi linier berganda yang dilakukan pada penelitian ini, rumus persamaan regresi linier berganda berikut yang digunakan.

Tabel 1. Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig
Lokasi	0,406	10,845	0,000
Kualitas Pelayanan	0,484	21,822	0,000
Konstanta	: -2,302		
F hitung	: 1099,217		
<i>Adjusted R Square</i>	: 0.959		
R : Multiple	: 0,980		
t tabel	: 1.986		
F tabel	: 3.10		

Sumber: data diolah (2024)

Hasil penelitian tersebut menghasilkan bentuk persamaan, yakni:

$$Y = -2,302 + 0,406 x_1 + 0,484 x_2 + e$$

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik diketahui bahwa tingkat signifikansi dari variabel lokasi sebesar $0.142 > 0.05$, variabel kualitas pelayanan sebesar $0.081 > 0.05$ dan variabel kepuasan pelanggan sebesar $0.187 > 0.05$, Hal ini berarti data berdistribusi normal. Berdasarkan plot antara nilai prediksi dengan sisa variabel terikat (ZPRED), diperoleh pola dimana titik-titik tersebar (berkelompok) di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y untuk menghindari heteroskedastisitas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Dari hasil menguji multikolinieritas, diketahui diperoleh nilai VIF < 10 dan nilai, nilai *tolerance* $> 0,1$ berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2013:57).

Nilai *Adjusted R Square* (R^2) sebesar 0.959. Berdasarkan nilai R^2 tersebut dapat disimpulkan bahwa persentase pengaruh variabel lokasi dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 95.9%. Sementara sisanya sebesar 4.1% dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model persamaan.

Pengaruh lokasi (X_1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) didapatkan nilai t_{tabel} sebesar 1.986. Hasil pengujian statistik diperoleh t_{hitung} sebesar 10,845, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan sig. pada taraf nyata $\alpha = 5\%$ dengan tingkat kepercayaan 95%. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel lokasi (X_1) memiliki pengaruh signifikansi cukup kuat terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) didapatkan nilai t_{tabel} sebesar 1.986. Sedangkan dengan pengujian statistik diperoleh t_{hitung} sebesar 21,822, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan sig. pada taraf nyata $\alpha = 5\%$ dengan tingkat kepercayaan 95%. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel bebas X_2 mempunyai pengaruh signifikansi yang cukup kuat terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 1099.217, sedangkan F_{tabel} pada taraf nyata 5% menunjukkan nilai sebesar 3.10, karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan Hipotesa alternatif (H_a) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Makna dari hasil menunjukkan bahwa secara empiris lokasi merupakan faktor penentu kepuasan pelanggan Optimal Fotocopy. Koefisien regresi bertanda positif bermakna semakin baik atau strategis lokasi maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriyani dan Lestari (2022), Setiawan *et al*, (2019) yang menyatakan lokasi berpengaruh menyolok kepada kepuasan pelanggan. Temuan penelitian sejalan dengan pendapat Tjiptono (2017) berpendapat bahwa suasana hati dan reaksi pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain, dan tata letak fasilitas layanan. Pemilihan lokasi dinilai sangat penting bagi kelangsungan usaha yang sudah ada karena

PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PELANGGAN OPTIMAL FOTOCOPY MALANG)

lokasi yang strategis memudahkan pelanggan untuk menjangkau lokasi usaha. Kondisi empiris menunjukkan lokasi terlihat dengan jelas orang melalui jalan. Lokasi usaha Optimal Fotocopy dekat dengan jalan yang sering dilalui pelanggan. Akses jalan di depan Optimal Fotocopy dapat dilalui oleh jenis kendaraan baik roda dua maupun roda empat. Lahan parkir yang luas, aman dan nyaman, dan baik untuk motor atau mobil. Lahan parkir yang disediakan oleh pemilik usaha haruslah leluasa dan aman sehingga pelanggan akan lebih tenang dan nyaman saat berkunjung ke tempat tersebut. Lokasi Optimal Fotocopy didukung oleh lahan parkir yang menampung sekitar 15 motor dan 2 mobil.

Kondisi empiris dari hasil penelitian dapat diketahui kualitas pelayanan mempengaruhi cukup kuat pada kepuasan pelanggan. Maknanya bahwa secara empiris kualitas pelayanan merupakan faktor penentu kepuasan pelanggan Optimal Fotocopy Malang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Vira, *et al.*, (2023), Yanti dan Puja (2021), Sholehudin dan Sukoco (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini sependapat dengan Kotler yang menjelaskan hubungan kualitas layanan dengan mengidentifikasi tiga kondisi kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kondisi pertama adalah kualitas pelayanan yang buruk, pelayanan yang diterima di bawah harapan sehingga membuat pelanggan tidak puas atau kecewa. Kondisi yang kedua adalah kualitas pelayanan yang baik, pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan sehingga membuat pelanggan merasa puas. Kondisi yang ketiga adalah kualitas pelayanan yang sangat baik atau luar biasa, pelayanan yang diterima melebihi harapannya dan hal inilah yang membuat pelanggan merasa puas, senang atau gembira. Singkatnya, kepuasan pelanggan akan tercapai jika pelayanan yang diterima minimal sama atau melebihi harapan pelayanan. Faktanya Optimal Fotocopy memperhatikan perlengkapan dan mesin fotokopi yang memadai dengan perkembangan teknologi. Optimal Fotocopy menyediakan tiga mesin foto kopi, pemotong kertas ukuran besar dan kecil, menyediakan tempat duduk, menyediakan televisi. Pegawai dapat dipercaya, jumlah lembaran dan halaman yang difotokopi sesuai dengan permintaan pelanggan. pegawai bersedia memberikan bantuan pada konsumen yang membutuhkan. Pegawai memiliki ketepatan dalam melayani kebutuhan pelanggan. Pegawai tidak membedakan pelanggan yang melakukan order jumlah banyak maupun sedikit lembaran yang difotokopi, semua

dilayani sesuai antrian. Pegawai bersedia memberikan bantuan pada pelanggan yang membutuhkan tanpa membeda-bedakan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Simpulan penelitian mengarah kepada hasil dari pengujian hipotesis bahwa: (1) Variabel lokasi berpengaruh cukup kuat terhadap kepuasan pelanggan Optimal Fotocopy Malang, sehingga hipotesis pertama diterima. (2) Kualitas layanan memberi pengaruh cukup kuat kepada kepuasan pelanggan Optimal Fotocopy Malang. (3) Lokasi dan kualitas layanan mempengaruhi sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan Optimal Fotocopy Malang.

Saran

Atas dasar rata-rata terendah penilaian pada distribusi frekuensi setiap variabel, diperoleh beberapa saran yaitu: (1) Perlunya akses yang mudah dijangkau, agar terdapat banyak pilihan kendaraan bagi pelanggan. (2) Perlunya memperhatikan penampilan pegawai, agar dapat meningkatkan identitas perusahaan dan menambah nilai berdasarkan persepsi konsumen. (3) Perlunya mempertahankan kesesuaian harapan pada aspek pelayanan, sehingga dapat semakin menarik konsumen untuk terus menggunakan jasa.

DAFTAR REFERENSI

- Arikunto, Suharsimi. 2016. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Edisi Revisi V. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyanti, W.P., Hermawan, H dan Ixxudin, A. 2022. Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitrasi dan Pelayanan Publik IX(1)*, 85-94.
- Fitriyani, S dan Lestari, A.W. 2022. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Vitabiotics Utama Jakarta Timur. *Jurnal Manajemen & Pendidikan*. 1(1), 1-13.
- Ghozali, Imam. 2019. Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: UNDIP
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.

PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PELANGGAN OPTIMAL FOTOCOPY MALANG)

- Lupiyoadi, Rambat. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Sholehudin, M dan Sukoco, S.A. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Exist Foto Copy Di Kecamatan Wuluhan. *Majalah Ilmiah "CAHAYA ILMU*. 2(2), 55-69.
- Tjiptono, Fandy. 2017. Pemasaran Jasa. Malang: Penerbit Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2019. "Pemasaran Jasa Edisi Terbaru." Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Vira, D., Medinal dan Oktalina, G. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. 2(2), 148-154.
- Yanti, Ni Wayan, E dan Puja, I ade, S. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Percetakan UD. Wipra Print Karangasem. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata* 1 (3), 943-953.