



## Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Koperasi Pasca Sejahtera Abadi di Sumur Batu Jakarta Pusat

Melinda Maharani<sup>1</sup>, Muhamad Restu Wijaya<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang  
Email: maharaniimelmelinda@gmail.com

| ARTICLE INFO  | ABSTRACT   |
|---|--|
| <p><b>Article history:</b><br/>Diterima : Agustus 2024<br/>Disetujui : September 2024<br/>Diterbitkan : Oktober 2024</p> <p><b>Keywords:</b><br/>Service Quality, Location, Customer Satisfaction</p> | <p><i>This research aims to determine the influence of service quality and location, both partially and simultaneously, on consumer satisfaction at the Post Sejahtera Abadi Cooperative in Sumur Batu, Central Jakarta. The method used is quantitative. The sampling technique used the Slovin formula, with a total of 79 respondents. Data were collected using questionnaires, and data analysis techniques using validity, reliability, classical assumption tests, simple regression analysis, multiple regression, hypothesis testing, t test, f test, and coefficient of determination. The results of this research show that partially service quality has a significant effect on consumer satisfaction. This can be proven that <math>t_{count} &gt; t_{table}</math> (<math>5.970 &gt; 1.991</math>) from the results of simple linear regression analysis, the regression equation <math>Y = 13.998 + 0.667</math> regarding consumer satisfaction, it can be proven that <math>t_{count} &gt; t_{table}</math> (<math>10.828 &gt; 1.991</math>). And the regression equation value <math>Y = 9.060 + 0.808 X_2</math>, shows the effect (positive), and the results of the hypothesis obtained the value of <math>f_{count} &gt; f_{table}</math> or (<math>59,146 &gt; 3.12</math>) =, while the results of the coefficient of determination of 0.609%, it can be concluded that the service quality variable and location have a significant effect on the satisfaction variable Consumers amounted to 60.9% while the remaining 39.1% was influenced by other factors.</i></p>  |
| <p><b>Kata Kunci:</b><br/>Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Konsumen</p>   | <p><b>ABSTRAK</b><br/>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi baik secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Pasca Sejahtera Abadi di Sumur Batu Jakarta Pusat. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin, dengan jumlah sampel sebanyak 79 responden. Pengumpulan data dengan cara kuesioner, dan teknik analisis data dengan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi sederhana, regresi berganda, uji hipotesis uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dapat dibuktikan bahwa <math>t_{hitung} &gt; t_{tabel}</math> (<math>5,970 &gt; 1,991</math>) dari hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh persamaan regresi <math>Y = 13,998 + 0,667 X_1</math>, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,667 menunjukkan pengaruh yang (positif), dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen hal tersebut dapat dibuktikan bahwa <math>t_{hitung} &gt; t_{tabel}</math> (<math>10,828 &gt; 1,991</math>). Dan diperoleh nilai persamaan regresi <math>Y = 9,060 + 0,808 X_2</math>, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,808 menunjukkan pengaruh yang (positif), sedangkan secara simultan kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi <math>Y = 7,143 + 0,1113 X_1 + 0,743 X_2</math>, menunjukkan pengaruh yang (positif), dan hasil hipotesis diperoleh nilai <math>f_{hitung} &gt; f_{tabel}</math> atau (<math>59,146 &gt; 3,12</math>), sedangkan hasil koefisien determinasi sebesar 0,609%, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 60,9% sedangkan sisanya sebesar 39,1% dipengaruhi oleh faktor lain.</p> |



## PENDAHULUAN

Perkembangan kondisi perekonomian masyarakat Indonesia dinilai mengkhawatirkan karena dampak krisis pasca pandemi belum juga teratasi. Banyak bidang yang masih belum stabil seperti pendapatan masyarakat, status sosial ekonomi dan tingkat lapangan kerja yang menurun. Hal ini menciptakan ketidakseimbangan dengan pertumbuhan populasi setiap tahunnya, sehingga menyebabkan tingkat kebahagiaan relatif rendah. Oleh karena itu, cara yang mungkin dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan mendirikan organisasi kerjasama bisnis.

Secara umum, koperasi adalah gerakan ekonomi rakyat yang dijalankan berdasarkan asas kekeluargaan. Menurut UU No 25 tahun 1992, koperasi adalah sebuah badan usaha yang beranggotakan sekumpulan orang yang kegiatannya berlandaskan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi kerakyatan yang berasas kekeluargaan. Koperasi ini dijalankan dengan tujuan menyejahterakan para anggotanya. Selain itu, badan usaha ini diorganisir atas dasar prinsip-prinsip koperasi dan kaidah usaha ekonomi. Selain itu tujuan koperasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan konsumen secara khusus dan masyarakat secara umum, serta turut serta dalam membangun tatanan perekonomian nasional. Hal ini bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Menurut Subandi (2015:20) “Koperasi adalah suatu perkumpulan yang didirikan oleh orang-orang yang memiliki kemampuan ekonomi terbatas, yang bertujuan untuk memperjuangkan peningkatan kesejahteraan ekonomi anggotanya”.

Koperasi Pasca Sejahtera Abadi adalah suatu bentuk koperasi simpan pinjam yang berfokus pada dua kegiatan pokok, yaitu menghimpun simpanan dan memberikan pinjaman modal yang di jalankan secara mandiri dan demokratis di mana setiap anggota memiliki peran aktif dan berpartisipasi sukarela atau terbuka dalam pengelolaannya. Koperasi Pasca Sejahtera Abadi memberikan sebuah pelayanan yang memiliki tingkat kepuasan tersendiri, sehingga membentuk sebuah pelayanan yang sangat baik, baik dari sistem pengelolaannya ataupun pelayanan terhadap konsumennya secara keseluruhan.

Menurut Kotler & Keller (2016:153) “Kepuasan konsumen adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dengan membandingkan kinerja antara hasil produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan”. Oleh karena itu penting sekali untuk dapat menerapkan dan juga mengimplementasikan strategi terbaik yang dapat menciptakan rasa kepuasan terhadap setiap konsumen agar dapat memicu loyalnya konsumen dalam bertransaksi secara berkelanjutan sehingga berdampak juga pada meningkatnya pendapatan Koperasi Pasca Sejahtera Abadi secara langsung. Dari berbagai aspek kualitas pelayanan dan lokasi adalah dua faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Di bidang bisnis ritel, banyak faktor dapat saling mempengaruhi untuk menjaga kepercayaan konsumen terhadap suatu perusahaan. Pelanggan tidak hanya puas, tetapi perusahaan juga memperoleh loyalitas dan pengabdian konsumen terhadap barang dan jasa yang ditawarkannya.

Kualitas Pelayanan adalah suatu sektor yang penting untuk diperhatikan oleh perusahaan supaya mendapatkan kepuasan terhadap tiap Konsumen. Definisi kualitas pelayanan berhubungan dengan usaha dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan para konsumen. kualitas pelayanan di Koperasi Pasca Sejahtera Abadi masih kurang maksimal. dikarenakan kurangnya memperhatikan berbagai sektor sehingga menimbulkan banyak keluhan dan respon negatif dari konsumen. Oleh karena itu, Koperasi Pasca Sejahtera Abadi perlu melakukan pemantauan yang

lebih baik untuk mengurangi angka jumlah keluhan konsumen. Karena terjadi fenomena yang dapat dilihat pada tabel pra-survey angka terbesar kualitas pelayanan bahwa karyawan tidak menunjukkan kesabaran dan perhatian kepada konsumen Idealnya Koperasi Pasca Sejahtera Abadi dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara agar para karyawan berperilaku baik kepada konsumen sebaiknya koperasi melakukan pelatihan 5S senyum, sapa, salam, sopan, dan santun. terhadap karyawan agar tidak terjadi lagi keluhan konsumen karena konsumen tidak hanya sekedar membutuhkan kualitas yang bermutu tetapi mereka juga lebih menikmati kenyamanan pelayanan yang tinggi dan baik.

Selain kualitas pelayanan faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah lokasi usaha yang juga merupakan salah satu cara untuk dapat menarik perhatian konsumen agar membeli produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan dengan menggunakan cara seperti memperhatikan perusahaan dapat memilih lokasi yang dapat mendukung kesuksesan bisnis dan lingkungan yang aman dan nyaman, serta meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Rahayu (2018:9) “Lokasi merupakan salah satu komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam menerapkan penempatan strategis usahanya”. Artinya, lokasi adalah sebuah tempat yang strategis untuk dapat perhatian dari calon konsumen. Jika lokasi usaha sulit dijangkau itu akan berdampak pada konsumen pada kepuasan konsumen dan juga mengurangi profit yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi baik secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Pasca Sejahtera Abadi di Sumur Batu Jakarta Pusat.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Kualitas Pelayanan**

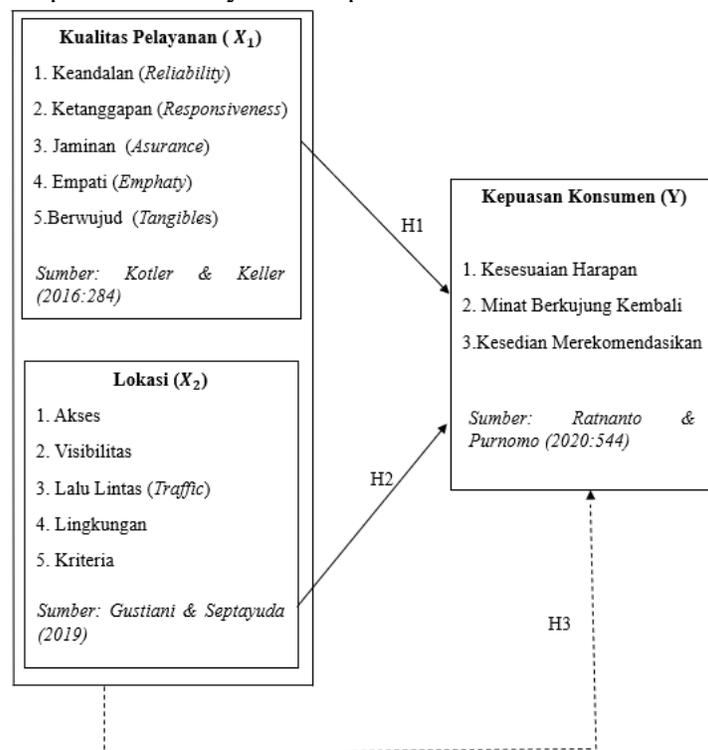
Menurut Dzikra (2020:47) “Kualitas pelayanan merupakan sebuah sistem yang sangat strategis untuk melibatkan seluruh satuan kerja dan satuan organisasi mulai dari pimpinan sebagai golongan atas sampai pegawai sebagai golongan bawah sehingga dapat memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh para konsumen”. Menurut Tjiptono & Chandra (2017) “Kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Sedangkan menurut Pasuraman dalam Purwanti & Wahdiniwaty (2017) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan persepsi pelanggan dengan kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan.

### **Lokasi**

Menurut Kotler & Armstrong dalam Zakaria (2021) “Lokasi adalah *Place include company activities that make the product available to target consumers*”. yang berarti suatu tempat yang dapat mencakup segala kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia untuk konsumen. Sedangkan menurut Herjanto (2017) mengemukakan bahwa lokasi merupakan sebuah tempat yang memiliki nilai yang strategis dan mempunyai tujuan untuk memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan sehingga perusahaan ataupun pabrik dapat beroperasi dengan lancar. Menurut Rahayu (2018:9) “Lokasi merupakan sebuah rangkaian struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan salah satu komponen nama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam menerapkan penempatan strategis usahanya”. Sedangkan menurut Firdiyansyah (2017) menjelaskan bahwa lokasi merupakan sebuah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha.

## Kepuasan Konsumen

Menurut Umar (2015:65) kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya Seorang konsumen, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi Konsumen dalam waktu yang lama. Menurut Kotler & Keller (2016:153) “Kepuasan konsumen adalah Suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dengan membandingkan kinerja antara hasil produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan”. Sedangkan menurut Peter & Olson (2016:184) “Kepuasan konsumen adalah sebuah konsep dimana yang paling menentukan adalah pemikiran pemasaran dan riset konsumen”. Jika kinerja atau pengalaman tidak sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas dengan apa yang diberikan Tetapi jika kenyataannya sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa memiliki rasa puas. Dan jika kenyataan melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas atau senang sehingga diharapkan dapat menciptakan rasa loyalitas kepada Perusahaan.



**Gambar 1 Kerangka Berpikir**

## Hipotesis

Hipotesis mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen yaitu Yaitu

- H1: Diduga Terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial Pada Koperasi Pasca Sejahtera Abadi di Sumur Batu Jakarta Pusat
- H2: Diduga Terdapat pengaruh antara lokasi terhadap kepuasan konsumen secara parsial Pada Koperasi Pasca Sejahtera Abadi di Sumur Batu Jakarta Pusat
- H3: Diduga Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen Pada Koperasi Pasca Sejahtera Abadi di Sumur Batu Jakarta Pusat

## METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah jenis metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini dilakukan Koperasi Pasca Sejahtera Abadi sebagai objek penelitian, yang berlokasi di JL. Ranjau No.13 Rt.005.Rw005 Sumur Batu, Jakarta Pusat. Populasi pada penelitian ini ialah anggota Koperasi Pasca Sejahtera Abadi pada tahun 2023 sebanyak 368 orang. Jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 78,63 responden dan jika dibulatkan menjadi 79 responden. Dalam penelitian ini kuesioner yang dibuat berupa pernyataan dengan jawaban mengacu pada skala *likert*: Sangat Tidak Setuju (bobot 1), Tidak Setuju (bobot 2), Kurang Setuju (bobot 3), Setuju (bobot 4) dan Sangat Setuju (bobot 5). Teknik analisis data dengan regresi linier berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Analisis Regresi Linier Sederhana

**Tabel 1 Hasil Uji Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant)         | 13.998                      | 4.375      |                           | 3.200 | .002 |
|                           | Kualitas Pelayanan | .667                        | .112       | .563                      | 5.970 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 13,998 + 0,667X_1$ . Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 13,998 diartikan bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X1) tidak ada maka telah terdapat nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 13,998 *point*.
- Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,667 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel lokasi (X2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel kualitas pelayanan (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,667 *point*

**Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |        |      |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1                         | (Constant) | 9.060                       | 2.882      |                           | 3.143  | .002 |
|                           | Lokasi     | .808                        | .075       | .777                      | 10.828 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 9,060 + 0,808X_2$ , dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 9,060 diartikan bahwa jika variabel lokasi (X2) tidak ada, maka telah terdapat nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 9,060 *point*.
- Nilai koefisien regresi lokasi (X2) sebesar 0,808 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas pelayanan (X1), maka setiap perubahan 1 unit pada

variabel lokasi (X2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,808 point.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisa linear bertujuan untuk dapat mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berikut ini merupakan hasil pengolahan data regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS Versi 26 yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant)         | 7.143                       | 3.453      |                           | 2.069 | .042 |
|                           | Kualitas Pelayanan | .113                        | .112       | .096                      | 1.008 | .317 |
|                           | Lokasi             | .743                        | .099       | .714                      | 7.537 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 7,143 + 0,113X1 + 0,743X2$ . Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 7,143 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) tidak dipertimbangkan maka kepuasan Konsumen (Y) hanya akan bernilai sebesar 7,143 *point*
- Nilai Kualitas Pelayanan (X1) 0,113 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Lokasi (X2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,113
- Nilai lokasi (X2) 0,743 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas pelayanan (X1), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel lokasi (X2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,743 *point*.

**Analisis Koefisien Korelasi (r)**

**Tabel 4 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi secara Parsial antara Variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

| Correlations       |                     |                    |                   |
|--------------------|---------------------|--------------------|-------------------|
|                    |                     | Kualitas pelayanna | Kepuasan Konsumen |
| Kualitas pelayanan | Pearson Correlation | 1                  | .563**            |
|                    | Sig. (2-tailed)     |                    | .000              |
|                    | N                   | 79                 | 79                |
| Kepuasan Konsumen  | Pearson Correlation | .563**             | 1                 |
|                    | Sig. (2-tailed)     | .000               |                   |
|                    | N                   | 79                 | 79                |

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

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,563 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,400 – 0,599 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sedang.

**Tabel 5 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi secara Parsial antara Variabel Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

| Correlations      |                     |        |                   |
|-------------------|---------------------|--------|-------------------|
|                   |                     | Lokasi | Kepuasan Konsumen |
| Lokasi            | Pearson Correlation | 1      | .777**            |
|                   | Sig. (2-tailed)     |        | .000              |
|                   | N                   | 79     | 79                |
| Kepuasan Konsumen | Pearson Correlation | .777** | 1                 |
|                   | Sig. (2-tailed)     | .000   |                   |
|                   | N                   | 79     | 79                |

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

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,777 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,600 – 0,799 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang Kuat.

**Tabel 6 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi secara Simultan antara Variabel Kepuasan Kosumen (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

| Model Summary |                   |          |                   |                            |                   |          |     |     |               |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|-----|-----|---------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics |          |     |     |               |
|               |                   |          |                   |                            | R Square Change   | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change |
| 1             | .780 <sup>a</sup> | .609     | .599              | 4.140                      | .609              | 59.146   | 2   | 76  | .000          |

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas pelayanna

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,780 dimana nilai tersebut berada pada interval artinya 0,600 – 0,799 variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) mempunyai tingkat hubungan yang kuat terhadap kepuasan Konsumen (Y).

**Analisis koefisien determinasi (R square)**

Berdasarkan analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui presentase kekuatan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan, dalam penelitian ini adalah variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Berikut ini hasil perhitungan koefisien determinasi yang diolah dengan program SPSS versi 26, sebagai berikut :

**Tabel 7 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi secara Parsial antara Variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen(Y)**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                          | .563 <sup>a</sup> | .316     | .308              | 5.437                      | 1.749         |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai R square (koefisien determinasi) sebesar 0,316 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 31,6% sedangkan sisanya sebesar (100 - 31,6) = 68,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Tabel 8 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi secara Parsial antara Variabel Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

| Model Summary <sup>b</sup>               |                   |          |                   |                            |               |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                                    | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1  | .777 <sup>a</sup> | .604     | .598              | 4.140                      | 1.685         |
| a. Predictors: (Constant), Lokasi        |                   |          |                   |                            |               |
| b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen |                   |          |                   |                            |               |

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai R square (koefisien determinasi) sebesar 0,604 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi (X2) memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 60,4% sedangkan sisanya sebesar  $(100 - 60,4) = 39,6\%$  dipengaruhi oleh faktor lain.

**Tabel 9 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi secara Simultan antara Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

| Model Summary <sup>b</sup>                             |                   |          |                   |                            |               |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model  | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1  | .780 <sup>a</sup> | .609     | .599              | 4.140                      | 1.647         |
| a. Predictors: (Constant), Lokasi , Kualitas Pelayanan |                   |          |                   |                            |               |
| b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen               |                   |          |                   |                            |               |

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai R square (koefisien determinasi) sebesar 0,609 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), dan lokasi (X2) memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 60,9 % sedangkan sisanya sebesar  $(100 - 60,9) = 39,1\%$  dipengaruhi oleh faktor lain.

### Pengujian Hipotesis

#### Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

**Tabel 10 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

| Coefficients <sup>a</sup>                |                    |                             |            |                           |       |      |
|--|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                                    |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|  |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1  | (Constant)         | 13.998                      | 4.375      |                           | 3.200 | .002 |
|  | Kualitas Pelayanan | .667                        | .112       | .563                      | 5.970 | .000 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen |                    |                             |            |                           |       |      |

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau  $(5.970 > 1.991)$  hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < Sig. 0,05 atau  $(0,000 < 0,05)$ . Dengan demikian maka H<sub>01</sub> ditolak dan H<sub>a1</sub> diterima, hal ini menunjukkan bahwa **terdapat pengaruh positif dan signifikan** antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap kepuasan Konsumen (Y).

**Tabel 11 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

| Coefficients <sup>a</sup> |              |                             |            |                           |        |      |
|---------------------------|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model                     |              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. |
|                           |              | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1                         | (Consta=6nt) | 9.060                       | 2.882      |                           | 3.143  | .002 |
|                           | Lokasi       | .808                        | .075       | .777                      | 10.828 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (10.828 > 1.991) hal tersebut juga diperkuat dengan nilai *p value* < Sig. 0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H<sub>02</sub> ditolak dan H<sub>a2</sub> diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Lokasi (X2) terhadap kepuasan Konsumen (Y).

**Pengujian hipotesis secara simultan (uji F)**

**Tabel 12 Hasil Uji Hipotesis (Uji F) secara Simultan antara Variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 2027.106       | 2  | 1013.553    | 59.146 | .000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 1302.362       | 76 | 17.136      |        |                   |
|                    | Total      | 3329.468       | 78 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Lokasi , Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian tabel diatas diperoleh nilai f hitung > f tabel atau (59,146 > 2,72), hal ini juga diperkuat dengan *p value* < Sig 0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka H<sub>03</sub> ditolak dan H<sub>a3</sub> diterima, hal ini menunjukkan bahwa **terdapat pengaruh Positif dan signifikan** secara simultan antara kualitas pelayanan (X1), dan lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

**Pembahasan Hasil Penelitian**

**Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 13,998 + 0,667 X1$ . Nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,563 artinya kedua variabel mempunyai Tingkat hubungan yang **sedang**. Nilai determinasi atau kotribusi pengaruhnya sebesar 0,316 atau sebesar 31,6% sedangkan sisanya sebesar 68,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hiotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (5.970 > 1.991). dengan demikian H<sub>01</sub> di tolak dab H<sub>a1</sub> diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Koperasi Pasca Sejahtera Abadi Sumur Batu Jakarta Pusat. Hal ini selaras dengan hasil penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh Tombeng, Roring, & Rumokoy (2019); Sihite & Nainggolan (2020), dan Budiyanto (2018).

**Pengaruh Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 9,060 + 0,808 X2$ . Nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,777 artinya kedua variabel mempunyai Tingkat hubungan yang **kuat**. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,604 atau sebesar 60,4% sedangkan sisanya sebesar 39,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (10,828 > 1,991). Dengan demikian H<sub>02</sub> ditolak dan H<sub>a2</sub> diterima artinya

terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Koperasi Pasca Sejahtera Abadi Sumur Batu Jakarta Pusat. Hal ini selaras dengan hasil penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh Krisdayanto, Haryono, & Gagah (2018); Margawati (2020); dan Agestina & Susilowati (2019).

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1), dan lokasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan diperoleh persamaan regresi  $Y = 7,143 + 0,113 X_1 + 0,743 X_2$ . Nilai koefisien korelasi atau Tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,780 artinya memiliki hubungan yang **kuat**. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruhnya secara simultan sebesar 0,609 atau 60,9% sedangkan sisanya sebesar 39,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $(59,146 > 3,12)$ . Dengan demikian  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan kualitas pelayanan (X1), dan lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Koperasi Pasca Sejahtera Abadi Sumur Batu Jakarta pusat. Hal ini selaras dengan hasil penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh Ibrahim, Putra, & Ariani (2023); Muniroh et al. (2022); dan Windari & Karneli (2019)

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 13,998 + 0,667 X_1$ . Jadi, koefisien regresi sebesar 0,667 menunjukkan pengaruh yang (positif). Hasil dari koefisien korelasi sebesar 0,613, sedangkan nilai koefisien determinasi sebesar 31,6% dan sisanya sebesar 68,4%  $(100 - 31,6) = 68,4\%$ . Nilai uji hipotesis diperoleh sebesar  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $(5,970 > 1,991)$ . dengan nilai signifikan dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5%, dengan demikian  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Koperasi Pasca Sejahtera Abadi di Sumur Batu Jakarta Pusat.

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 9,060 + 0,808 X_2$ . Jadi, koefisien regresi sebesar 0,808 menunjukkan pengaruh yang (Positif). Hasil dari koefisien korelasi sebesar 0,604, sedangkan nilai koefisien determinasi sebesar 60,4% dan  $(100 - 60,4\%) = 39,6\%$ . Nilai uji hipotesis diperoleh sebesar  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $(10,282 > 1,991)$ . Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, atau 5% demikian  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Pasca Sejahtera di Sumur Batu Jakarta Pusat.

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan diperoleh persamaan regresi  $Y = 7,143 + 0,113 X_1 + 0,743 X_2$ . Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar, 0,113 dan nilai koefisien koregresi variabel lokasi sebesar 0,743 terdapat pengaruh yang (positif). Hasil nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,780 Sedangkan nilai koefisien determinasi sebesar 60,9% dan sisanya  $(100 - 60,9 = 39,1)$ , dan uji hipotesis diperoleh nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$   $(59,146 > 2,72)$  dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Pasca Sejahtera Abadi di Sumur Batu Jakarta Pusat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Agestina, K., & Susilowati, I. (2019). ANALISIS PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KONSUMEN HANNA KEBAB DI KEBUMEN. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 1(1), 110–121. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v1i1.395>
- Algifari. (2015). *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi (3rd ed.)*. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. (2015). *Pengantar manajemen: fungsi-proses-pengendalian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Arianto, N. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGUNJUNG DALAM MENGGUNAKAN JASA HOTEL RIZEN KEDATON BOGOR. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v1i2.856>
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 79-89.
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *Jurnal Sains Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 79–89.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies (SJBMS)*, 2(4B), 433–445.
- Budiyanto, A. (2018). Pengaruh persepsi harga, kualitas layanan dan brand image terhadap tingkat kepuasan konsumen di PT. Yerry Primatama Hosindo. *Jurnal pemasaran kompetitif*, 1(3), 71-80.
- Budiyanto, A. (2018). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DI PT. YERRY PRIMATAMA HOSINDO. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(3).
- Dimiyati, M. (2018). *Pendekatan Hayati: Strategi Pemasaran Untuk Menghadapi Persaingan Yang Dinamis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Dzikra, F. M. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL MOBIL UD. SARI MOTOR DI PEKANBARU. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(3), 262–267. <https://doi.org/10.36975/jeb.v11i3.284>

- Fink, A. (2017). *How to conduct surveys: A step-by-step guide* (6th ed.). SAGE Publications.
- Firdiyansyah, I. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG GUBRAK KEPRI MALL KOTA BATAM. *Jurnal Elektronik REKAMAN*, 1(1), 1–9.
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustiani, H., & Septayuda, I. (2019). Kualitas Pelayanan dan Lokasi Pemasangan Iklan Media Outdoor dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Seminar Hasil Penelitian FEB*, 201–207.
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan* (11th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Herjanto, E. (2007). *Manajemen Operasi* (3rd ed.). Jakarta: Grasindo.
- Ibrahim, K., Putra, A. M., & Ariani, N. M. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen janji jiwa x samasta jimbaran. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 6(2), 1–12.
- Ibrahim, K., Putra, A. M., & Ariani, N. M. Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen janji jiwa x samasta jimbaran.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Harlow: Global Edition Pearson Education Inc.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4(4).
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4(4).
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen pemasaran jasa* (1st ed.). Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Margawati, C. A. (2020). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam membeli produk Franchise Burgerstops. *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 103-112.
- Margawati, C. A. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK FRANCHISE BURGERSTOPS. *IQTISHADequity: Jurnal Manajemen*, 2(2), 103–112. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.763>

- Muniroh, L., Kuraesin, E., Hasnin, H. R., & Mukharam, F. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Inovator*, 11(1), 89–96.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2016). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Purwanti, A., & Wahdiniwaty, R. (2017). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN KEWAJARAN HARGA PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CINDERELLA SCHOOL OF ENGLISH FOR CHILDREN DI BANDUNG. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 62–75.
- Rahayu, E. (2018). PENGARUH LOKASI, KELENGKAPAN PRODUK, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA IMAM MARKET KISARAN. *Journal of Science and Social Research*, 1(1), 7–12.
- Ratnanto, S., & Purnomo, H. (2020). Substansial Kepuasan Konsumen Rumah Makan “Soto Dok Lamongan” Nganjuk. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 542–550. Kediri: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri.
- Ronny, Nurhadi, M., & Ilfitriah, A. M. (2020). The Understanding Customer Satisfaction on Internet Banking: A Case Study in Indonesia. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 16(1), 36–47. <https://doi.org/10.33830/jom.v16i1.821.2020>
- Sarinah, & Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Sihite, R. W., & Nainggolan, N. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart Marchelia Batam. *Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu*, 13(1), 35–41.
- Sihite, R. W., & Nainggolan, N. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart Marchelia Batam. *Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu*, 13(1), 35–41.
- Subandi. (2015). *Ekonomi koperasi (teori dan praktik*. Bandung: Alfabeta.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran strategik (3rd ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN RAJA OCI MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Umar, H. (2015). *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif (3rd ed.)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Utami, I. A. I. S., & Jatra, I. M. (2015). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN BARUNA SANUR. E-Jurnal Manajemen Unud, 4(7), 1984–2000.
- Windari, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Smart Ganesha Pekanbaru.
- Windari, I., & Karneli, O. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI USAHA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SMART GANESHA PEKANBARU. Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau, 6(2), 1–15.
- Yulianti, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Seluler Indosat/Yulianti/S1-0219.170/PembimbingI: Sumardjono/Pembimbing II:Kamilah Sa'diah
- Zainurossalamia, S. (2020). Manajemen Pemasaran: Teori Strategi. Praya: Forum Pemuda Aswaja.
- Zakaria. (2021). PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN ORANG TUA MURID DI MI MATHLAUL ANWAR PAMULANG. Jurnal ARASTIRMA, 1(2), 282–290.