

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA LOKASI TERHADAP KEPUASAN PEMBELI PADA DEPOT ASIH DI KABUPATEN TULUNGAGUNG JAWA TIMUR

Sindu Anstasari Mekaring Arum¹, Sunanik²

Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung
Alamat e-mail. : sinduansta@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the satisfaction of buyers who are influenced by the quality of service and the atmosphere of the location at the Asih Depot in Tulungagung, East Java. This research is a quantitative research. A total of 96 respondents in this study were sampled from some buyers of the Asih Depot. The population in this study are Depot Asih buyers. The sampling technique in this study uses the method of accidental sampling. The research variables are Service Quality (X1), Location Atmosphere (X2), and Buyer Satisfaction (Y). Data collection techniques using observation and questionnaire methods (questionnaire) to obtain data on Service Quality, Location Atmosphere and Buyer Satisfaction. Data analysis techniques using the SPSS version 21 for windows. The results of data analysis in this study indicate simultaneously $F_{count} (15.315) > F_{tabel} (3.09)$ and a significant level of $0.000 < 0.05$, so that it can be concluded that there is a significant influence on Service Quality and Location Atmosphere Against Buyer Satisfaction at the Asset Depot in Tulungagung Regency, East Java.

Keywords: Service Quality, Location Atmosphere, Buyer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pembeli yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan suasana lokasi yang ada pada Depot Asih di Kabupaten Tulungagung Jawa Timur. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sebanyak 96 responden dalam penelitian ini yang telah diambil sampelnya dari sebagian pembeli Depot Asih. Populasinya dalam penelitian ini adalah pembeli Depot Asih. Teknik pengambilan dalam penelitian ini menggunakan metode Accidental sampling. Variabel penelitian yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Suasana Lokasi (X2), dan Kepuasan Pembeli (Y). Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi dan angket (kuesioner) untuk memperoleh data Kualitas Pelayanan, Suasana Lokasi dan Kepuasan Pembeli. Teknik analisis data menggunakan program SPSS version 21 for windows. Hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan secara simultan $F_{hitung} (15,315) > F_{tabel} (3,09)$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan Dan Suasana Lokasi Terhadap Kepuasan Pembeli pada Depot Asih di Kabupaten Tulungagung Jawa Timur.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Suasana Lokasi, Kepuasan Pembeli

PENDAHULUAN

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Dari definisi di atas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan (Situmeang, 2017). Sudah berbagai macam kategori usaha mulai bermunculan pada era modern saat ini. Tidak terkecuali usaha yang bergerak dalam bidang kuliner, makanan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang diperlukan untuk mempertahankan hidupnya. Dengan kondisi seperti ini merupakan peluang bagi produsen makanan untuk

mengembangkan usaha dalam bidang jasa boga seperti membuka usaha depot ,restoran, rumah makan, kedai, maupun kafe.

Depot Asih adalah suatu bisnis di bidang tata boga yang berhubungan dengan makanan dan minuman yang nikmat serta memberikan hidangan kepada seseorang atau beberapa kelompok, ada tarif makanan dan layanan yang ditetapkan, dikendalikan secara profesional dan mencari keuntungan serta kepuasan pelanggan sebagai tujuannya. Untuk masalah harga yang ditawarkan oleh Depot Asih sangat terjangkau, dan makanan bisa mengambil sendiri sesuai keinginan. Menu makanan dan minuman beragam. Hidangan yang berkualitas seperti aroma, makanan yang sehat, segar dan bergizi akan memberikan kepuasan. Selain makanan yang berkualitas, presentasi penyajian makanan seperti hiasan yang menarik juga dapat memberikan kepuasan (Bisnis, 2019). Selain hidangan yang berkualitas, fasilitas atau suasana lokasi juga diperhatikan oleh pemilik Depot. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:92) menyatakan bahwa *place* (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Lokasi atau tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian kepada para pelanggan dan dimana lokasi yang strategis. Levy dan Weitz (2007:185) mengatakan bahwa pemilihan lokasi sangat penting dalam industri ini dikarenakan: a) Lokasi merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pemilihan toko atau penyedia jasa yang mereka inginkan, b) Pemilihan lokasi merupakan hal yang penting karena faktor ini bisa digunakan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang mapan, c) Pemilihan Lokasi sangat beresiko. Lokasi atau tempat tidak hanya merepresentasikan suatu kemudahan yang akan didapat oleh konsumen (Lokasi *et al.*, 2016).

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pembeli. Kualitas akan mendorong pembeli untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan/depot. Pelayanan tidak hanya sekedar menjawab pertanyaan dan keluhan pembeli mengenai suatu produk/jasa yang tidak memuaskan mereka. Namun lebih dari pemecahan yang timbul setelah pembelian. Alasan lain yang membuat orang suka makan di rumah makan atau depot adalah karena perbedaan suasana, serta kenyamanan yang didapatnya dari fasilitas yang memang sengaja disediakan untuk kenyamanan pembeli ketika makan.

Menurut Fahmi (2016:86) dalam dunia pemasaran *place* (tempat) sangat penting. Kasus ini sangat terlihat pada saat orang hendak membeli apartemen, rumah tinggal atau rumah makan dengan lokasi yang strategis dan tidak strategis dalam menjangkau akses pasar. Artinya kedekatan dengan akses pasar akan memberi pengaruh dalam menjangkau setiap kemungkinan yang mungkin dapat dilakukan. Keberadaan depot ini tentunya tidak terlepas dari persaingan, baik antar depot sejenis maupun dengan depot modern. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan dan mendatangkan banyak konsumen adalah dengan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

Tabel 1
Jumlah Pengunjung Depot Asih

	Desember 2019	Januari 2020	Februari 2020
Jumlah Pengunjung / Pembeli	2.527	2.798	1.740

Sumber Data : Depot Asih

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung bulan Desember 2019 – Februari 2020 mengalami naik turun jumlah pembeli. Hal ini harus diperhatikan oleh Depot dengan menganalisa keluhan pembeli seperti misalnya, keramahan pelayanan / kebersihan

depot. Menyadari peran penting konsumen dan pengaruh kepuasan pembeli terhadap keuntungan, perusahaan / depot berupaya mencari apa yang dapat meningkatkan pembeli.

Konsumen sebagai pemakai produk dari Depot Asih akan merasa puas jika kinerja depot memenuhi harapan mereka. Supaya perusahaan bisa terus bertahan dalam persaingan yang semakin sengit, maka perusahaan harus memikirkan strategi yang tepat agar tidak tersisih dari persaingan. Perusahaan juga harus mampu melihat kecenderungan apa yang sedang mempengaruhi minat beli konsumen dimasa kini. Bukan hal yang mudah untuk mengenali selera konsumen. Kadang perubahannya terjadi di luar kendali kita sebagai produsen. Supaya mampu menghadapi persaingan di bisnis kuliner ini, Depot Asih harus memperhatikan mutu dari kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada setiap konsumen.

Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan pelanggan. Terdapat lima dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan suatu usaha jasa boga yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan dan kepastian, empaty, dan bukti fisik. Kelima dimensi tersebut menetapkan perusahaan harus memperhatikan karakteristik dan tipe konsumen untuk dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen, misalnya melayani dengan sapaan ramah, suka senyum, dan terfokus untuk melayani konsumen secara cepat dan tepat sasaran terhadap mutu perusahaan. Kelima dimensi harus diterapkan dalam usaha jasa boga untuk mengukur kualitas pelayanan apakah dikategorikan baik atau buruk, kemudian diperoleh hasil kepuasan konsumen (Derviş, 2017). Lokasi yang strategis juga menjadi salah satu faktor penentu kesuksesan bisnis rumah makan atau depot. Pemilihan lokasi sebagai basis usaha rumah makan atau depot sangatlah penting dan terkadang menentukan. Sebab, lokasi berkaitan dengan banyak hal faktor lain, seperti kedekatan dengan pusat perbelanjaan, keramaian, kemudahan akses, dan kedekatan dengan calon pembeli. Jadi lokasi sebaiknya mudah dijangkau baik untuk memasaknya dan bagi calon pembelinya.

Dengan semakin berkembangnya bisnis Depot di Tulungagung, Depot Asih harus mampu bersaing dengan Depot lainnya. Depot Asih harus memiliki strategi agar memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan para pesaingnya. Strategi yang bisa dilakukan Depot Asih adalah dengan memberikan citra depot dan kualitas pelayanan yang baik. Dengan strategi tersebut, maka diharapkan bisa mempengaruhi kepuasan pembeli yang akan menimbulkan niat beli ulang ke Depot Asih. Pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang- ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Perusahaan yang ingin berkembang dan unggul harus dapat memberikan jasa yang berkualitas seperti pelayanan yang lebih baik dibanding pesaingnya. Dengan demikian, agar mampu bersaing dengan kompetitornya, Depot Asih harus melakukan pelayanan yang lebih baik agar konsumen merasa puas (Santika, 2019).

Dari uraian yang telah disebutkan diatas membuat peneliti tertarik untuk mengkaji, mengupas dan mengetahui lebih jauh tentang seberapa kualitas pelayanan dan suasana lokasi terhadap kepuasan pembeli, maka penelitian ini bertujuan untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan suasana lokasi terhadap kepuasan pembeli pada Depot Asih di Kabupaten Tulungagung Jawa Timur.

KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Pembeli

Kata kepuasan (satisfaction) berasal dari bahasa latin "satis" (artinya cukup baik, memadai) dan "fatio" (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai "upaya pemenuhan sesuatu" atau membuat suatu memadai" (Lokasi *et al.*, 2016). Kepuasan Pembeli merupakan elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern. Persaingan dapat dimenangkan apabila perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan pembeli. Kepuasan pembeli adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan (Lestari, 2004:109). Beberapa model konseptual dan teori kepuasan pelanggan yaitu Expectancy Disconfirmation Model, Experientially-Based Affective Feelings, Equity Theory.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pembeli yaitu makanan, tempat, dan sikap pelayanan. Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, atribut-atribut pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari: Kesesuaian harapan, Minat berkunjung kembali, dan Ketersediaan merekomendasikan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut, (Fandy Tjiptono, 2010). Menurut Lovelock (2007:102-104) kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009: 144) kualitas layanan, kepuasan dan profitabilitas saling terkait dimana kualitas layanan semakin tinggi, semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Upaya meningkatkan mutu pelayanan yang baik yaitu ketepatan waktu pelayanan, kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, tanggung jawab, kelengkapan, kenyamanan dalam memperoleh pelayanan. Menurut Parasuraman, menyatakan atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi pokok, yaitu: Keandalan (reliability), Empati (empathy), Daya tanggap (responsiveness), Bukti fisik (tangibles), dan Jaminan dan kepastian (assurance) (Situmeang, 2017).

Suasana Lokasi

Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk berpindah produk dari produsen ke konsumen. Menurut Kamsir (2006:129) "Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajang barang-barang dagangannya". Menurut Lupyoadi Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Keuntungan yang diperoleh dengan lokasi yang tepat menurut Kasmir (2006:138) yaitu Pelayanan yang diberikan kepada pembeli dapat lebih memuaskan, Kemudahan untuk memperluas lokasi usaha karena biasanya sudah diperhitungkan untuk usaha perluasan lokasi sewaktu-waktu, Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan baik jumlah maupun kualifikasi, Meminimalkan terjadinya konflik terutama dengan masyarakat dan pemerintah setempat. Dalam memilih lokasi untuk menjalankan suatu usaha, para pengusaha atau pelaku usaha perlu mempertimbangkan beberapa faktor, diantaranya: Akses, Kompetisi, Lingkungan, dan Visibilitas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dimana pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2008:8). Di dalam penelitian ini populasi adalah pembeli Depot Asih. Sehingga dalam penelitian ini populasi digunakan sebagai sampel penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah pembeli Depot Asih di Kabupaten Tulungagung Jawa Timur. Teknik penarikan sampel yang dipilih penulis adalah *Accidental sampling* yakni teknik yang dilakukan dengan cara menentukan siapa saja yang kebetulan ditemui oleh peneliti dan dipandang tepat untuk mewakili sebuah populasi (Mathar, 2013: 22). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa observasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier sederhana, teknik analisis regresi linier berganda, uji t, dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Data

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Pengujian Validitas

Uji validitas penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS (*Statistics Version 21*) untuk mengukur tingkat kevalidan angket kualitas pelayanan dan suasana lokasi terhadap kepuasan pembeli pada Depot Asih di Kabupaten Tulungagung Jawa Timur dengan melakukan uji coba terhadap 30 responden. Dalam penelitian ini perhitungan validitas soal angket, dengan SPSS yang hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pembeli

No. Item	Nilai r hitung	Nilai rtabel	Nilai sig(2-tailed)	Nilai α	Keterangan
1.	0,761	0,361	0,000	0,05	VALID
2.	0,688	0,361	0,000	0,05	VALID
3.	0,588	0,361	0,001	0,05	VALID
4.	0,522	0,361	0,003	0,05	VALID
5.	0,768	0,361	0,000	0,05	VALID
6.	0,551	0,361	0,002	0,05	VALID
7.	0,487	0,361	0,006	0,05	VALID
8.	0,457	0,361	0,011	0,05	VALID

Sumber Data : Diolah Peneliti, 2020

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa sebanyak 8 pertanyaan valid, dimana item soal angket kepuasan pembeli dapat dilihat dari seluruh item soal diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item soal dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen angket untuk mencari data dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No. Item	Nilai r hitung	Nilai rtabel	Nilai sig (2-tailed)	Nilai α	Keterangan
1.	0,612	0,361	0,000	0,05	VALID
2.	0,766	0,361	0,000	0,05	VALID
3.	0,698	0,361	0,000	0,05	VALID
4.	0,683	0,361	0,000	0,05	VALID
5.	0,685	0,361	0,000	0,05	VALID
6.	0,684	0,361	0,000	0,05	VALID
7.	0,631	0,361	0,000	0,05	VALID
8.	0,723	0,361	0,000	0,05	VALID

Sumber Data : Diolah Peneliti, 2020

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa sebanyak 8 pertanyaan valid, dimana item soal angket kualitas pelayanan dapat dilihat dari seluruh item soal diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item soal dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen angket untuk mencari data dalam penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Suasana Lokasi

No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Nilai sig (2-tailed)	Nilai α	Keterangan
1.	0,528	0,361	0,003	0,05	VALID
2.	0,622	0,361	0,000	0,05	VALID
3.	0,812	0,361	0,000	0,05	VALID
4.	0,695	0,361	0,000	0,05	VALID
5.	0,402	0,361	0,028	0,05	VALID
6.	0,578	0,361	0,001	0,05	VALID
7.	0,812	0,361	0,000	0,05	VALID
8.	0,592	0,361	0,001	0,05	VALID
9.	0,376	0,361	0,041	0,05	VALID

Sumber Data : Diolah Peneliti, 2020

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa sebanyak 9 pertanyaan valid, dimana item soal angket suasana lokasi dapat dilihat dari seluruh item soal diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item soal dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen angket untuk mencari data dalam penelitian ini.

2) Pengujian Reliabilitas

Kriteria pengujian apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf kesalahan 0,05 dan $dk = n$ maka angket memenuhi syarat reliabel, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka tidak reliabel. Kemudian hasilnya dibandingkan dengan interpretasi nilai besarnya (Sugiyono, 2008).

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien Reliabilitas	Keterangan	Kesimpulan
Kepuasan Pembeli	0,745	0,361	$0,745 > 0,361$	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,769	0,361	$0,769 > 0,361$	Reliabel
Suasana Lokasi	0,746	0,361	$0,746 > 0,361$	Reliabel

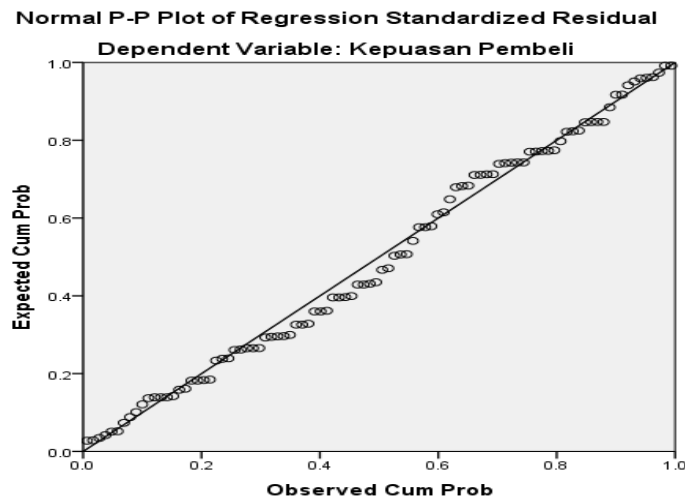
Sumber Data : Diolah Peneliti, 2020

Dari perhitungan reliabilitas dengan bantuan SPSS pada item soal angket kemampuan kerja dapat dilihat dari $r_{hitung} > r_{tabel}$. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item soal dinyatakan reliabel dengan tingkat hubungan yang kuat dan dapat digunakan sebagai instrumen untuk mencari data dalam penelitian.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji normal *P-Plot* atau *Plot-Probabilitas normal*. Model regresi dikatakan normal apabila titik-titik berkumpul di sekitar garis diagonal. Menurut Sugiyono (2015) uji normalitas dengan grafik dapat menyedatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Menggunakan P-Plot
Sumber Data : Diolah Peneliti, 2020

Berdasarkan gambar normal *P-plot of regression standardized residual* di atas, titik-titik berkumpul Di sekitar garis diagonal sehingga data dikatakan linier dan dapat digunakan untuk penelitian.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas. Jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

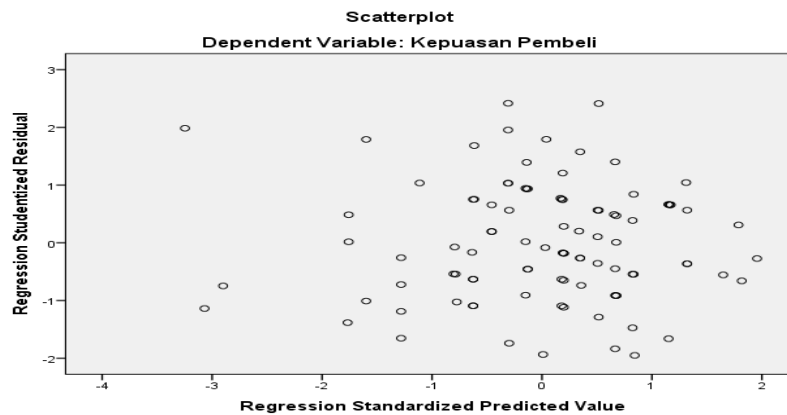
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	13.253	3.614		3.667	.000		
Kualitas Pelayanan	.197	.098	.201	2.008	.048	.804	1.244
Suasana Lokasi	.406	.109	.375	3.734	.000	.804	1.244

a. Dependent Variable: Kepuasan Pembeli
Sumber Data : Diolah Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel coefficients di atas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas yang dapat dilihat dari nilai tolerance lebih dari 0,10 yaitu sebesar 0,804 dan nilai VIF kurang dari 10 yaitu sebesar 1,244.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah varian residual Absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas Dalam penelitian ini menggunakan scatterplot hasilnya adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber Data : Diolah Peneliti, 2020

Berdasarkan gambar scatterplot di atas, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta pola tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

c. Analisis regresi linier sederhana

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan suasana lokasi (X2) terhadap kepuasan pembeli (Y). Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan *SPSS versi 21 for Windows*.

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.253	3.614		3.667	.000
Kualitas Pelayanan	.197	.098	.201	2.008	.048
Suasana Lokasi	.406	.109	.375	3.734	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pembeli

Sumber Data : Diolah Peneliti, 2020

Dari hasil uji regresi linier sederhana dapat dilihat dari tabel "Coefficients^a" diperoleh persamaan $Y^1 = a + bX$ (Sugiyono, 2015) yaitu $Y = 13,253 + 0,197 + 0,406$ yang penjelasannya sebagai berikut :

1. (a) Merupakan konstanta yang besarnya 13,253 menyatakan bahwa jika variabel independen (kualitas pelayanan dan suasana lokasi) sebesar 0 (nol) maka nilai variabel dependen kepuasan pembeli sebesar 13,253.
2. (b₁) Merupakan koefisien regresi dari X₁, koefisien regresi 0,197 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X₁ dengan asumsi variabel lain X₂ konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,197.
3. (b₂) Merupakan koefisien regresi dari X₂ koefisien regresi 0,406 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X₂ dengan asumsi variabel

lain X_1 konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,406.

d. Analisis regresi linier berganda

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan suasana lokasi (X_2) terhadap kepuasan pembeli (Y). Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *SPSS versi 21 for Windows*.

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.253	3.614		3.667	.000
¹ Kualitas Pelayanan	.197	.098	.201	2.008	.048
Suasana Lokasi	.406	.109	.375	3.734	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pembeli

Sumber Data : *Diolah Peneliti, 2020*

Dari hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat dari tabel “*Coefficients^a*” diperoleh persamaan $Y = a + b_1x_1 + b_2 x_2$ (Sugiyono, 2015) yaitu $Y = 13,253 + 0,197 + 0,406$ yang penjelasannya sebagai berikut :

- 1) Merupakan konstanta yang besarnya 13,253 menyatakan bahwa jika variabel independen (kualitas pelayanan dan suasana lokasi) sebesar 0 (nol) maka nilai variabel dependen kepuasan pembeli sebesar 13,253.
- 2) (b_1) Merupakan koefisien regresi dari X_1 , koefisien regresi 0,197 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X_1 dengan asumsi variabel lain X_2 konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,197.
- 3) (b_2) Merupakan koefisien regresi dari X_2 koefisien regresi 0,406 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X_2 dengan asumsi variabel lain X_1 konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,406.

e. Uji Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan suasana lokasi terhadap kepuasan pembeli pada Depot Asih baik secara bersama-sama (simultan) maupun secara individual (parsial).

1) Uji t (Uji pengaruh secara parsial)

Untuk menguji pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara parsial terhadap variabel Y signifikan atau tidak, Dalam penelitian ini menggunakan perbandingan t hitung dengan t tabel. pada taraf signifikan 5% dan n sebesar 96 diperoleh t tabel sebesar 1,985. Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan *SPSS versi 21 for Windows* diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 8. Hasil Uji t
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.253	3.614		3.667	.000
Kualitas Pelayanan	.197	.098	.201	2.008	.048
Suasana Lokasi	.406	.109	.375	3.734	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pembeli

Sumber Data : Diolah Peneliti, 2020

Berdasarkan hasil uji t diatas dapat dijelaskan bahwa semua variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Adapun pengaruh dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

- a. Pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pembeli (Y)
Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,201 tanda positif yang artinya semakin tinggi pengaruh kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan pembeli. Untuk koefisien parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembeli diperoleh nilai t_{hitung} (2,008) > t_{tabel} (1,985) dan tingkat signifikansi 0,048 < 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembeli secara parsial.
- b. Pengaruh suasana lokasi (X_2) terhadap kepuasan pembeli (Y)
Koefisien regresi untuk variabel suasana lokasi sebesar 0,375 bertanda positif yang artinya semakin tinggi suasana lokasi maka semakin tinggi kepuasan pembeli. Untuk koefisien parsial suasana lokasi terhadap kepuasan pembeli diperoleh nilai t_{hitung} (3,734) > t_{tabel} (1,985) dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan suasana lokasi terhadap kepuasan pembeli secara parsial.

2) Uji F (Uji pengaruh Simultan)

Untuk menguji pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel signifikan atau tidak, dalam penelitian ini menggunakan perbandingan F_{hitung} dan F_{tabel} . pada taraf signifikan 5% dan N sebesar 96 diperoleh F tabel sebesar 3,09. Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan program SPSS versi 21 for Windows diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 9. Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	146.165	2	73.083	15.315	.000 ^b
Residual	443.793	93	4.772		
Total	589.958	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pembeli

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

Sumber Data : Diolah Peneliti, 2020

Dari tabel Anova diatas menunjukkan $F_{hitung} (15,315) > F_{tabel} (3,09)$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan suasana lokasi terhadap kepuasan pembeli secara simultan.

2. Pembahasan

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh hasil bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan suasana lokasi terhadap kepuasan pembeli. Hasil penelitian ini terlihat sebagian besar pembeli pada Depot Asih di Kabupaten Tulungagung Jawa Timur menyatakan sangat memuaskan di dalam kualitas pelayanan, hal ini terbukti ada 58 pembeli (60,42%) menjawab sangat memuaskan, 38 pembeli (39,58%) menjawab memuaskan, 0 pembeli kurang memuaskan, 0 pembeli tidak memuaskan dan 0 pembeli sangat tidak memuaskan. Dan sebagian besar pembeli di Depot Asih menyatakan memuaskan dalam suasana lokasi, hal ini terbukti ada 3 pembeli (3,12%) menyatakan sangat memuaskan, 89 pembeli (92,71%) menyatakan memuaskan, 4 pembeli (4,17%) kurang memuaskan, 0 pembeli tidak memuaskan dan 0 pembeli sangat tidak memuaskan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan suasana lokasi pada Depot Asih di Kabupaten Tulungagung Jawa Timur memiliki kategori sangat bagus.

Dari hasil analisis data menggunakan SPSS pengaruh kualitas pelayanan X_1 terhadap kepuasan pembeli (Y) $t_{hitung} (2,008) > t_{tabel} (1,985)$ dan tingkat signifikansi $0,048 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil analisis data menggunakan SPSS pengaruh suasana lokasi X_2 terhadap kepuasan pembeli (Y), $t_{hitung} (3,734) > t_{tabel} (1,985)$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dari hasil analisis data menggunakan perhitungan SPSS diperoleh hasil $F_{hitung} (15,315) > F_{tabel} (3,09)$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan suasana lokasi terhadap kepuasan pembeli pada Depot Asih di Kabupaten Tulungagung Jawa Timur.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis data dengan *SPSS 21 for windows*, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pembeli (Y) pada Depot Asih di Kabupaten Tulungagung Jawa Timur pada tahun 2020. Hal ini terbukti bahwa nilai $t_{hitung} (2,008) > t_{tabel} (1,985)$ dan tingkat signifikansi $0,048 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembeli secara parsial.
2. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara suasana lokasi (X_2) terhadap kepuasan pembeli (Y) pada Depot Asih di Kabupaten Tulungagung Jawa Timur tahun 2020. Hal ini terbukti dari nilai $t_{hitung} (3,734) > t_{tabel} (1,985)$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan suasana lokasi terhadap kepuasan pembeli secara parsial.
3. Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan (X_1) dan suasana lokasi (X_2) terhadap kepuasan pembeli (Y). Hal ini terbukti dari $F_{hitung} (15,315) > F_{tabel} (3,09)$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan suasana lokasi terhadap kepuasan pembeli secara simultan.

Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa hasil paling dominan terdapat pada suasana lokasi (X_2). Hasil yang diperoleh lebih besar dari variabel kualitas pelayanan (X_1) yaitu sebesar 2,008 berdasarkan uji t.

DAFTAR PUSTAKA

- Bisnis, J. A. (2019) 'Kualitas Produk , Kesadaran Merek Dan Harga Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(September), pp. 75–88.
- Derviş, B. (2017) 'Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Inggil Di Kota Malang)', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Ikhprastyo, A. R. (2018) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan di Mister Geprek Bandar Lampung'.
- Lestari. 2004. *Tentang Pelayanan Kesehatan yang diberikan Rumah Sakit*. Erlangga. Jakarta
- Lokasi, P. et al. (2016) 'Pengaruh lokasi, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen di wisata bahari lamongan', *Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(12), pp. 1–17.
- Pratiwi, N. (2019) 'Pengaruh dimensi kualitas pelayanan (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy) dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan mie ayam budi bandar lampung'.
- Santika, I. W. (2019) 'Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Perkembangan bisnis ritel di Indonesia termasuk di Provinsi Bali saat ini berkembang pesat (Rianto , 2017). Perkembangan bisnis ini dit', *E-Jurnal Manajemen*, 8(2), pp. 8104–8134.
- Situmeang, L. S. (2017) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(3), pp. 26–96.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta
- Kotler,dan K.L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Erlangg.Jakarta.