

The Influence of Price, Location, and Service Quality on Customer Satisfaction at PUD Slaughterhouses in Medan City

Arif Andri Panjaitan¹, Hendra Saputra²

Prodi atau Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Indonesia

E-mail: arifandri002@gmail.com

Article History:

Received: 24 Juni 2024

Revised: 06 Juli 2024

Accepted: 09 Juli 2024

Keywords: Price; Location; Service quality; Customer satisfaction.

Abstract: This research aims to determine the influence of price, location and service quality on customer satisfaction at PUD slaughterhouses in Medan City. This research uses a quantitative method with a sampling technique using the Slovin formula. The population in this study were all customers who used services at the Medan City Animal Slaughter PUD from 1 August 2023 to 31 October 2023 which was obtained from customer data, namely 164 people. The data collection techniques used were observation and questionnaires. The data analysis technique used is a multiple linear regression model and hypothesis testing using the t test, F test and coefficient of determination. Previously the data had been tested using validity tests, reliability tests and classical assumption tests. Data processing uses the SPSS 29.0 for Windows program. Based on partial hypothesis testing, there is an influence of Price, Location and Service Quality on Customer Satisfaction at PUD Slaughterhouses in Medan City. Based on the research results, it shows that the variables Price, Location and Service Quality simultaneously influence Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri jasa potong hewan dalam masa kini telah mengalami transformasi yang signifikan. Indonesia merupakan negara agraris dengan potensi besar di sektor pertanian, peternakan dan perikanan. Sektor peternakan memegang peranan penting dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Salah satu capaian sektor peternakan adalah memperoleh protein dari daging yang bermanfaat bagi manusia (Nuzula, 2022)

Tabel 1 . Data Pemotongan Hewan PUD Potong Hewan Kota Medan

Tahun	Jumlah Hewan yang Dipotong (ekor)		
	Sapi/Lembu	Kambing	Babi
2020	5.232	4.838	26.083
2021	4.514	2.704	15.653
2022	2.880	8	12.287

Dari tabel data pemotongan hewan tahun 2020-2022 diatas, ditemukan adanya fenomena berupa penurunan jumlah pemotongan hewan yang cukup signifikan. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner pra survey dan wawancara dengan pelanggan, ditemukan bahwa penurunan ini disebabkan kepuasan pelanggan yang rendah. Pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan setia, merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain, dan berpotensi melakukan pembelian ulang di masa depan (Zahirotul dan wayan, 2021).

Merujuk penelitian Nurafrina siregar dkk (2022:7) variabel lokasi tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, sementara harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif. Sedangkan penelitian nurheti dan Nurul Hidayati (2020) variabel harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Menurut penelitian Susi Susanti (2019) variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang dilakukanlah penelitian dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh harga, Lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PUD Potong Hewan Kota Medan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PUD Potong Hewan Kota Medan Jl. Rph Mabar, Kecamatan Medan Deli, Kota Medan. Waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan 21 Februari 2024 sampai 21 Maret 2024. Populasi dari populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa pada PUD Potong Hewan Kota Medan dari 1 agustus 2023 sampai 31 oktober 2023 yang di dapat dari data jumlah pelanggan yaitu sebanyak 164 orang. Teknik sampling penelitian ini menggunakan rumus slovin. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 116 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah model regresi linear berganda dan pengujian hipotesis dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi yang sebelumnya data telah diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Pengolahan data menggunakan program SPSS 29.0 for windows.

Penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Variable bebas yaitu harga(X1), lokasi(X2), dan kualitas pelayanan(X3), sedangkan variable terikat yaitu kepuasan pelanggan(Y). Harga(X1) merupakan suatu jumlah uang atau nilai tukar terhadap suatu barang maupun jasa yang mana telah ditetapkan sesuai dengan tingkat kemampuan suatu barang atau jasa tersebut untuk memberikan manfaat kepada pembelinya. Indikator harga(X1) adalah jangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Lokasi(X2) adalah tempat perusahaan melakukan kegiatannya untuk menghasilkan barang atau jasa bagi pelanggan. Indikator lokasi(X2) adalah akses, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, dan lingkungan. Kualitas pelayanan(X3) adalah suatu tindakan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk atau jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dengan kinerja yang dirasakan. Indikator kualitas pelayanan adalah berwujud, keandalan, daya tanggap, dan jaminan. Kepuasan pelanggan(Y) adalah respon dari seseorang berupa perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Indikator kepuasan pelanggan adalah kesesuaian harapan, minat berkujung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas dilakukan pada 30 responden diluar sampel.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Harga

No	r hitung	r tabel	status
1	0,522	0,361	Valid
2	0,626	0,361	Valid
3	0,575	0,361	Valid
4	0,772	0,361	Valid
5	0,689	0,361	Valid
6	0,573	0,361	valid

Tabel 2 menunjukkan bahwa 6 butir pernyataan pada kuesioner dalam variabel Harga (X1) dinyatakan valid, karena memenuhi syarat $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ sehingga item pernyataan yang berkaitan dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Lokasi

No	r hitung	r tabel	status
1	0,714	0,361	Valid
2	0,659	0,361	Valid
3	0,633	0,361	Valid
4	0,700	0,361	Valid
5	0,825	0,361	Valid
6	0,639	0,361	valid
7	0,644	0,361	Valid
8	0,510	0,361	Valid
9	0,524	0,361	Valid
10	0,544	0,361	valid

Tabel 3 menunjukkan bahwa 10 butir pernyataan pada kuesioner dalam variabel Lokasi (X2) dinyatakan valid, karena memenuhi syarat $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ sehingga item pernyataan yang berkaitan dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No	r hitung	r tabel	status
1	0,732	0,361	Valid
2	0,772	0,361	Valid
3	0,703	0,361	Valid
4	0,791	0,361	Valid
5	0,520	0,361	Valid
6	0,706	0,361	valid
7	0,655	0,361	Valid
8	0,658	0,361	Valid

Tabel 4 menunjukkan bahwa 8 butir pernyataan pada kuesioner dalam variabel Kualitas Pelayanan (X3) dinyatakan valid, karena memenuhi syarat $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ sehingga item pernyataan yang berkaitan dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

No	r hitung	r tabel	status
1	0,624	0,361	Valid
2	0,511	0,361	Valid
3	0,767	0,361	Valid
4	0,566	0,361	Valid
5	0,726	0,361	Valid
6	0,568	0,361	valid

Tabel 5 menunjukkan bahwa 6 butir pernyataan pada kuesioner dalam variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid, karena memenuhi syarat $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ sehingga item pernyataan yang berkaitan dan layak digunakan dalam penelitian ini.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2019).

Tabel 6. Uji reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	status
1	Harga(X1)	0,677	Reliabel
2	Lokasi(X1)	0,832	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan(X3)	0,836	Reliabel
4	Kepuasan Pelanggan(Y)	0,680	Reliabel

Tabel 6 menunjukkan bahwa 4 variabel dalam penelitian terbukti reliabel karena nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$.

Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk dapat menguji apakah data yang akan digunakan untuk uji hipotesis yaitu data dari variabel dependen dan independen yang digunakan telah berdistribusi secara normal ataukah tidak. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi $> 5\%$ atau $0,05$ maka data berdistribusi normal.

Tabel 7. Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		116
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,47470676
Most Extreme Differences	Absolute	,077
	Positive	,070
	Negative	-,077
Test Statistic		,077
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,089

Tabel 7 menunjukkan uji normalitas dengan metode one sample Kolmogorov Smirnov dengan nilai signifikansi $> 0,05$ yaitu $0,089$. Dengan demikian disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variable bebas (Ghozali, 2016).

Tabel 8. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	HARGA	,418	2,391
	LOKASI	,418	2,393
	KUALITAS PELAYANAN	,999	1,001
	a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN		

Tabel 8 menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang mempunyai nilai tolerance < 0,1 dan nilai VIF > 10,00. Dengan demikian disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Terjadinya masalah heteroskedastisitas akan berakibat pada sebuah keraguan atau ketidak akuratan pada suatu hasil analisis regresi yang dilakukan. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 9. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,577	,901		2,858	,005
	HARGA	-,031	,049	-,093	-,640	,524
	LOKASI	,001	,024	,005	,032	,974
	KUALITAS PELAYANAN	,003	,022	,014	,153	,879
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Tabel 9 menunjukkan tidak adanya nilai signifikansi < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Uji Regresi Linier Berganda

Untuk menilai cocok atau tidaknya model persamaan regresi linier berganda dalam menggambarkan hubungan antara satu variabel terikat (Y) dengan lebih dari satu variabel bebas (X), dilakukan analisis regresi linear berganda.

Tabel 10. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,795	1,241		1,446	,151
	HARGA	,194	,091	,179	2,117	,036
	LOKASI	,333	,045	,623	7,375	<,001
	KUALITAS PELAYANAN	,193	,041	,259	4,736	<,001

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan tabel 10 diperoleh nilai konstanta sebesar 1,795 dan untuk Harga (X1) = 0,194 , Lokasi (X2) = 0,333 , dan Kualitas Pelayanan (X3) = 0,193, sehingga diperoleh persamaan Linier sebagai berikut :

$$Y = 1,795 + 0,194X_1 + 0,333X_2 + 0,193X_3 + e$$

yang berarti :

- Nilai konstanta sebesar 1,795 diperoleh ketika variabel independen X1, X2, dan X3 semuanya bernilai nol. Dalam hal ini, nilai Y juga sebesar 1,795, dengan catatan semua faktor lainnya tetap konstan.
- Harga koefisien (X1) yang diperoleh dari perhitungan regresi linier berganda memiliki nilai 0,194. Oleh karena itu, kenaikan X1 akan menghasilkan kenaikan sebesar 0,194 pada Kepuasan Pelanggan (Y), dengan catatan semua variabel lain tidak berubah.
- Perhitungan regresi linier berganda menghasilkan koefisien lokasi (X2) dengan nilai 0,333. Oleh karena itu, jika terjadi kenaikan X2, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,333, dengan catatan semua variabel lainnya tetap sama.
- Koefisien harga (X3) yang diperoleh dari hasil perhitungan regresi linier berganda adalah sebesar 0,193. Oleh karena itu, kenaikan X3 akan mengakibatkan kenaikan sebesar 0,193 pada Kepuasan Pelanggan (Y), dengan menganggap semua variabel lain tetap sama.

a. Uji t

Tujuan dari uji t (Parsial) adalah untuk mengetahui apakah faktor-faktor independen, yaitu Harga (X1), Lokasi (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3), memiliki pengaruh secara parsial (individu) terhadap variabel dependen, yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini dapat dilihat dengan melihat tingkat signifikansi nilai t yang dihasilkan. Apabila nilai nilai signifikansi < 0.05 dan nilai hitung > t tabel, maka hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen.

Nilai t tabel menggunakan ketentuan nilai signifikansi 5% dengan $df = n - k - 1 = 116 - 3 - 1 = 112$ adalah sebesar 1,981

Tabel 11. Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,795	1,241		1,446	,151

	HARGA	,194	,091	,179	2,117	,036
	LOKASI	,333	,045	,623	7,375	<,001
	KUALITAS PELAYANAN	,193	,041	,259	4,736	<,001

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Tabel 11 menunjukkan bahwa variabel harga, Lokasi, kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel bebas $<0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$

b. Uji F

Uji F (Simultan) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen memiliki pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan oleh variabel independen. Hal tersebut dapat dilihat dengan nilai signifikansi $F < 0,05$ dengan ketentuan $f_{hitung} > f_{tabel}$

Penentuan f_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5% menggunakan ketentuan $df_1 = 3$ $df_2 = n - k - 1 = 116 - 3 - 1 = 112$ sehingga didapat $f_{tabel} 2,69$

Tabel 12. Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1403,263	3	467,754	74,386	<,001 ^b
	Residual	704,280	112	6,288		
	Total	2107,543	115			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

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

Tabel 12 menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi, kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $74,386 > 2,69$

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (2) bertujuan untuk mengetahui perseentase pengaruh variabel independen yang juga memberikan kontribusi terhadap variabel dependen.

Tabel 13. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,816 ^a	,666	,657	2,50763

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

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Tabel 13 menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,666. Nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Harga (X1), Lokasi (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) secara bersama-sama sebesar 66,6% dan sisanya 33,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berasal dari luar variabel penelitian ini.

Pembahasan

a. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PUD Potong Hewan Kota Medan

Berdasarkan jawaban responden pada variabel Harga, ditemukan item pertanyaan yang memiliki nilai tertinggi yaitu indikator keterjangkauan harga. Dapat diartikan bahwa harga yang ditetapkan PUD Potong Hewan Kota Medan masih mampu dijangkau oleh pelanggan. Sedangkan untuk indikator terendah yaitu kesesuaian harga dengan kualitas. Dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan maupun yang dihasilkan masih kurang sesuai dengan harga yang ditetapkan oleh PUD Potong Hewan Kota Medan.

Berdasarkan pengolahan data, variabel harga memiliki t hitung $> t$ tabel yaitu $2,117 > 1,981$ dengan nilai signifikansi $0,036 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Hal ini sejalan dengan penelitian Nurheti dan Nurul Hidayati (2020) yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pelanggan di RPH Bandar Lampung.

b. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan PUD Potong Hewan Kota Medan

Berdasarkan jawaban responden pada variabel Lokasi, ditemukan item pertanyaan yang memiliki nilai tertinggi yaitu indikator ekspansi. Dapat diartikan bahwa PUD Potong Hewan Kota Medan memiliki kawasan yang cukup untuk digunakan sebagai pelebaran usaha dikemudian hari dan memiliki jarak dengan pemukiman yang cukup. Sedangkan item pertanyaan yang memiliki nilai terendah yaitu indikator lingkungan. Dapat diartikan bahwa sarana pendukung seperti tempat makan dan minum masih terlalu berjarak dengan lokasi PUD Potong Hewan Kota Medan.

Berdasarkan pengolahan data, variabel lokasi memiliki t hitung $> t$ tabel yaitu $7,375 > 1,981$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PUD Potong Hewan Kota Medan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Prihasantyo Siswo Nugroho, Panca Wahyuningsih, Siti Alliyah (2019) yaitu lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PUD Potong Hewan Kota Medan

Berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel kualitas pelayanan, ditemukan item pertanyaan yang memiliki nilai tertinggi yaitu indikator jaminan. Dapat diartikan bahwa PUD Potong Hewan Kota Medan memberikan rasa aman seperti dengan memberikan bukti transaksi dan bantuan saat ada kendala. Sedangkan nilai indikator terendah yaitu berwujud. Dapat diartikan bahwa fasilitas dan kebersihan PUD Potong Hewan Kota Medan masih kurang.

Berdasarkan pengolahan data, variabel kualitas pelayanan memiliki t hitung $> t$ tabel yaitu $4,736 > 1,981$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PUD Potong Hewan Kota Medan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Ratna, Subagyo, dan Heri(2023) yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

d. Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PUD Potong Hewan Kota Medan

Berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel kualitas pelayanan, ditemukan item pertanyaan yang memiliki nilai tertinggi yaitu pada indikator minat berkunjung kembali. Dapat diartikan bahwa PUD Potong Hewan Kota Medan memberikan pelayanan dan hasil yang memuaskan sehingga pelanggan memiliki minat untuk menggunakan jasa tersebut kedepannya. Sedangkan indikator dengan nilai terendah

yaitu kesesuaian harapan. Dapat diartikan bahwa harapan pelanggan atas apa yang didapatkan dari PUD Potong Hewan Kota Medan seperti harga maupun pelayanan belum sesuai.

Berdasarkan uji simultan yang dilakukan, diperoleh nilai f hitung $> f$ tabel yaitu $74,386 > 2,69$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa secara simultan Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PUD Potong Hewan Kota Medan. Nilai koefisien determinasi R Square yang diperoleh sebesar $0,666$. Dapat diartikan bahwa variabel independen (Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan) mampu menjelaskan perubahan variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) sebesar $66,6\%$ sisanya $33,4\%$ dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Hal ini sejalan dengan penelitian Ade Azmi Oktoningrat (2019) yang menyatakan secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PUD Potong Hewan Kota Medan. Hasil penelitian terhadap 116 responden menunjukkan bahwa variabel harga, Lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan.

Hasil penelitian ini merekomendasikan PUD Potong Hewan Kota Medan untuk memperhatikan kebijakan harga berdasarkan permintaan pasar agar meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, PUD Potong Hewan Kota Medan memperhatikan lingkungan pendukung seperti tempat makanan, minuman, Kerjasama dengan pihak bank untuk membuka cabang ATM dan lainnya. Terkait pelayanan terutama fasilitas yang harus dilakukan pengecekan dan pembersihan berkala. Pentingnya menjaga kebersihan harus ditekankan melalui program penyuluhan atau peningkatan kesadaran, serta kerja sama dengan pihak terkait seperti petugas kebersihan atau instansi terkait harus ditingkatkan.

DAFTAR REFERENSI

- Anggia Novia, 2020. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nom Nom Fresh Madiun)
- Fandy Tjiptono dan Diana, 2020. Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan, Edisi I, CV Andi OFFSET, Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa. Andi. Yogyakarta
- Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra. 2011. Service, Quality & Satisfaction. Andi. Yogyakarta. 298
- Fadillah, A., Salsabila, Y. N., & Daryanto, A. (2019). Marketing Strategy Analysis Kopi Arabika Specialty (Studi Kasus Pada Cv Frinsa Agrolestari). JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi), 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>
- Fandy, Tjiptono. 2016. Service, Quality & satisfaction. Andi. Yogyakarta 137
- Fatihuddin D., & Firmansyah A. 2019. Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). CV Budi Utama, Yogyakarta
- Febri, E., Sudarwanto, T., & Prio Santoso, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bakso Mama 1 Jombang. Jurnal GeoEkonomi, 10(2), 164–180. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i2.100>

- Gain, R., & dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(2), 142–150.
- Hasibuan, P. H. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Damri di Soekarno Hatta. *Journal*, 1, 1, 116. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456.1/1/116>.
- Handayani, Putri. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Damri di Soekarno Hatta. *Journal*, 1, 1, 116. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/33634/1/Handayani%20Hasibuan%20281112081000008%29.pdf>
- Hurriyati, Ratih. (2010). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. CV Alfabeta: Bandung
- Hidayat, R., & Sujud, A. (2019). Pengaruh Atmosfer Toko, Lokasi Dan Planet Ban Margonda Raya, Depok. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 15.
- Irma, A. (2020). Pengaruh Tangible Dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Garuda Plaza Hotel Medan. *Niagawan*, 9(3), 164. <https://doi.org/10.24114/niaga.v9i3.19010>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*, Twelfth Edition. In Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi 12, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 (A. H. Maulana (ed.); Edisi 13). Gelora Aksara Pratama PT.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* Jilid 2 (Edisi 13). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (n.d.). *Marketing management*.
- Kotler, P. (2011). *Marketing Management*. Millennium Edition. Prentice Hall, Inc. New Jersey.
- Kotler P., & Kevin Lane Keller, (2012). *Manajemen Pemasaran* edisi Ketiga Belas
- J Lestari, R. P., Subagyo, S., & Purnomo, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Barokah Laundry. *Simposium Manajemen dan Bisnis II*, 2, 935–945. Terjemahan oleh BOB Sabran MM: Penerbit Erlangga
- Masili, V., Lumanauw, B., Tielung, M. V. J., Kualitas, P., Terhadap, L., Pelanggan, L., Masili, V., Lumanauw, B., Tielung, M. V. J., Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. J. (2022). Vol.+10+n0+4.5+.Veronika+Masili.+OK. 10(4), 44–51.
- Molan, B. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. PT Prehallindo. Jakarta
- Nugroho, E. J., & Simamora, L. (2021). 4528-11872-1-Pb. 46, 134–143.
- Parasuraman, Valarie A., Zeithmal dan Leonard L, Berry. 1998. Servqual A Multipel Item Scale For Meansuring Customer Perseption of Service Quality. *Jurnal of Relating*
- Prihasantyo Siswo Nugroho, Panca Wahyuningsih, S. A. (2019). *Jurnal Akuntansi dan Pajak*. Akuntansi Dan Pajak, 2018, 1–7. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap>
- Priyowibowo, E., Gusfriyanto, H., & Hadibrata, B. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga (literature strategic marketing management). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 135–145. <https://greenpub.org/JIM/article/view/21>
- Rahman, Arif. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business Cara Jitu Merontokan Pesaing*. Cetakan Pertama. Jakarta: Trand Media Pustaka
- Sarjono, Bambang. (2013). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Produk, Harga, Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Orbith*, vol. 9 no. 3 November 2013 : 228-235.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Service Management* Edisi 3, Andi Offset. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality & Satisfaction* edisi 3. Andi Yogyakarta