J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah
Vol.4, No.2, Februari 2025

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Lestari *Bakery Cake and Shop* Sidikalang

Fajar Siddiq Almunawar Sagala[1], Nurul Wardani Lubis[2]
[1,2] Universitas Negeri Medan
E-mail: fajarsiddiqalmunawarsagala@gmail.com[1], nurulwardani@unimed.ac.id[2]

Article History:
Received: 19 Januari 2025
Revised: 25 Januari 2025
Accepted: 29 Januari 2025

Keywords: *Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Lestari Bakery, Lokasi, Sidikalang.*

Abstract: *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Lestari Bakery Cake and Shop Sidikalang. Fenomena penurunan kepuasan konsumen serta ulasan negatif yang terkait dengan pelayanan dan kenyamanan lokasi memotivasi penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden, yaitu konsumen Lestari Bakery. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 2.928 dengan signifikansi 0.004. Lokasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t hitung 2.639 dan signifikansi 0.010. Secara simultan, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai F hitung sebesar 6.739 dan signifikansi 0.002. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.122 mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama mampu menjelaskan 12.2% variasi dalam kepuasan konsumen, sementara 87.8% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model, seperti harga, promosi, dan kualitas produk.*

PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia, khususnya sektor bakery, telah mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya pemain di industri ini, baik skala kecil, menengah, maupun besar. Kompetisi yang ketat mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi, menciptakan produk berkualitas, dan memberikan pelayanan terbaik guna menarik serta mempertahankan loyalitas konsumen. Dalam konteks ini, kepuasan pelanggan menjadi elemen yang sangat krusial.

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi yang dilakukan konsumen setelah menggunakan produk atau layanan. Jika pengalaman konsumen sesuai dengan ekspektasi mereka, maka kepuasan akan tercapai. Sebaliknya, jika ekspektasi tidak terpenuhi, konsumen cenderung merasa kecewa. Penurunan kepuasan konsumen dapat berdampak pada penurunan jumlah pelanggan, yang pada akhirnya memengaruhi keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen menjadi sangat penting bagi keberhasilan sebuah usaha.

Lestari Bakery Cake and Shop Sidikalang adalah salah satu pelaku usaha di sektor bakery yang telah beroperasi sejak tahun 2009. Dengan lokasi yang strategis di Kota Sidikalang, Lestari Bakery menawarkan berbagai produk roti berkualitas dan memiliki keunggulan dalam cita rasa. Namun, meskipun memiliki produk yang unggul, data menunjukkan adanya penurunan jumlah pelanggan dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini memunculkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang mungkin berkontribusi terhadap penurunan tersebut.

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa salah satu penyebab penurunan jumlah pelanggan adalah kualitas pelayanan yang dirasakan kurang memadai. Konsumen mengeluhkan kurangnya keramahan dan kesigapan staf dalam melayani pelanggan. Selain itu, keterbatasan fasilitas parkir di lokasi usaha juga menjadi salah satu kendala yang sering disebutkan oleh pelanggan. Kedua faktor ini, yakni kualitas pelayanan dan lokasi, diduga memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen di Lestari Bakery.

Kualitas pelayanan adalah salah satu elemen penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Menurut Tjiptono (2011), kualitas pelayanan mencakup lima dimensi utama: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Ketika kelima dimensi ini dipenuhi dengan baik, konsumen cenderung merasa puas dan memiliki kecenderungan untuk kembali menggunakan layanan yang sama di masa mendatang.

Di sisi lain, lokasi usaha juga memainkan peran penting dalam menarik pelanggan. Lokasi yang strategis, mudah diakses, dan dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti area parkir yang memadai, dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan. Menurut Kotler (2008), pemilihan lokasi yang tepat tidak hanya memengaruhi jumlah kunjungan pelanggan tetapi juga dapat menciptakan keunggulan kompetitif bagi sebuah usaha.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Misalnya, penelitian oleh Desrianto (2020) menemukan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan di sektor kuliner. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut tidak dapat diabaikan dalam strategi pemasaran sebuah bisnis.

Namun, meskipun banyak penelitian yang telah membahas hubungan antara kualitas pelayanan, lokasi, dan kepuasan konsumen, setiap kasus memiliki karakteristik unik yang memengaruhi hasilnya. Dalam konteks Lestari Bakery, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara spesifik bagaimana kualitas pelayanan dan lokasi memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi manajemen Lestari Bakery untuk meningkatkan pelayanan dan fasilitasnya.

Adanya data penurunan jumlah pelanggan di Lestari Bakery selama tiga tahun terakhir menjadi latar belakang yang mendorong penelitian ini. Penelitian ini tidak hanya relevan untuk memahami permasalahan yang dihadapi oleh Lestari Bakery, tetapi juga dapat memberikan wawasan bagi pelaku usaha lain di industri bakery. Dengan memahami dinamika kepuasan konsumen, pelaku usaha dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

Berdasarkan paparan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Lestari Bakery Cake and Shop Sidikalang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada pelanggan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif, baik secara teoritis maupun praktis, dalam bidang pemasaran dan manajemen bisnis.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dibandingkan dengan yang diharapkan. Menurut Tjiptono (2011), kualitas pelayanan mencakup lima dimensi utama, yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Keandalan berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara konsisten dan akurat. Daya tanggap melibatkan kesediaan dan kecepatan karyawan dalam membantu pelanggan. Jaminan mencakup kompetensi dan keramahan staf, sedangkan empati menekankan perhatian personal kepada pelanggan. Bukti fisik mencakup aspek-aspek yang dapat diamati, seperti fasilitas dan perlengkapan.

Lokasi

Lokasi merupakan salah satu faktor penting dalam menarik pelanggan dan memengaruhi keputusan mereka. Menurut Kotler (2008), lokasi yang strategis harus memenuhi beberapa kriteria, antara lain aksesibilitas, visibilitas, dan fasilitas pendukung seperti parkir yang memadai. Lokasi yang mudah dijangkau dan terlihat dengan baik dapat meningkatkan jumlah kunjungan pelanggan, sementara fasilitas pendukung seperti area parkir yang nyaman dapat menciptakan pengalaman belanja yang lebih baik. Penelitian oleh Nur Wulandari dan Mudiantono (2020) menunjukkan bahwa lokasi yang strategis berkontribusi signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah hasil evaluasi dari pengalaman mereka terhadap produk atau layanan yang diterima. Jika kinerja perusahaan memenuhi atau melampaui harapan konsumen, maka mereka cenderung merasa puas. Tjiptono (2011) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen memiliki dimensi yang meliputi re-purchase (pembelian ulang), word-of-mouth (rekomendasi kepada orang lain), dan pembentukan citra merek. Kepuasan konsumen yang tinggi dapat mendorong loyalitas pelanggan, yang merupakan aset penting bagi perusahaan.

Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan yang baik adalah salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen. Menurut penelitian oleh Susanto dan Otoluwa (2020), kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen di berbagai sektor, termasuk industri jasa. Konsumen yang merasa diperlakukan dengan baik cenderung memiliki persepsi positif terhadap perusahaan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas mereka.

Hubungan Lokasi dan Kepuasan Konsumen

Lokasi yang baik dapat mempermudah akses pelanggan dan menciptakan kenyamanan selama berbelanja. Penelitian oleh Heizer dan Render (2015) menunjukkan bahwa lokasi yang strategis tidak hanya menarik pelanggan baru tetapi juga mempertahankan pelanggan lama. Dalam konteks Lestari Bakery, keterbatasan area parkir dan visibilitas yang kurang optimal menjadi tantangan yang harus diatasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori di atas, penelitian ini mengacu pada hubungan antara kualitas pelayanan, lokasi, dan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan mencakup aspek-aspek seperti keramahan staf dan keandalan layanan, sementara lokasi mencakup aksesibilitas dan fasilitas pendukung. Kepuasan konsumen diukur melalui evaluasi pengalaman mereka terhadap kedua variabel tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Lestari Bakery.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pengumpulan data yang sistematis dari sejumlah besar responden, sehingga menghasilkan informasi yang dapat dianalisis secara statistik. Survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dirancang untuk mengukur variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan kepuasan konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Lestari Bakery Cake and Shop Sidikalang. Berdasarkan data kunjungan tahun 2022, jumlah populasi mencapai 26.275 pelanggan. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik purposive sampling, dengan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin. Dengan margin of error 10%, jumlah sampel yang diperlukan adalah 100 responden.

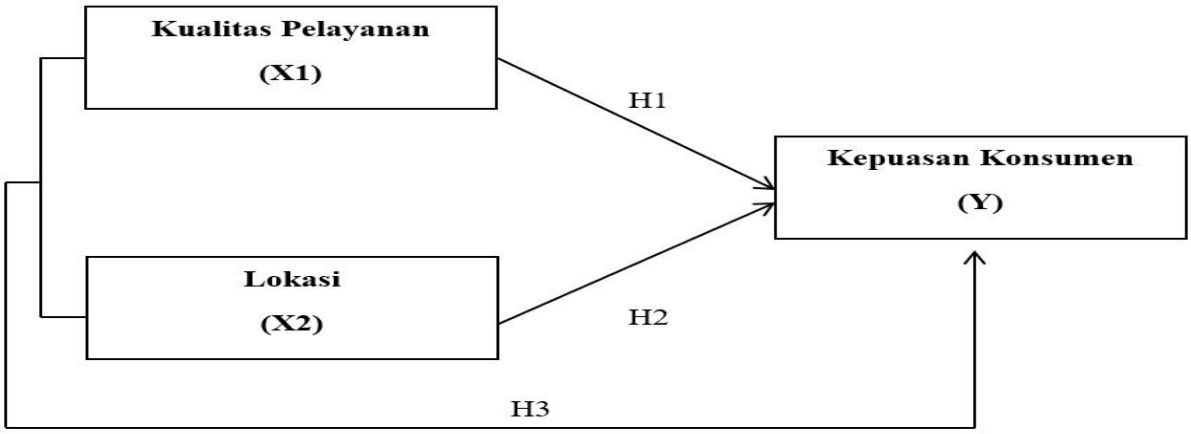
Instrumen penelitian berupa kuesioner yang terdiri dari tiga bagian utama. Bagian pertama berisi pertanyaan demografis, seperti usia dan jenis kelamin responden. Bagian kedua mengukur variabel kualitas pelayanan dan lokasi menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Bagian ketiga mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan pengalaman mereka dengan Lestari Bakery.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak digunakan. Validitas diuji menggunakan metode korelasi Pearson, sedangkan reliabilitas diuji dengan menghitung nilai Cronbach's Alpha. Instrumen dianggap valid jika nilai korelasi item-total lebih besar dari 0,30 dan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70.

Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Teknik ini digunakan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi, baik secara parsial maupun simultan, terhadap kepuasan konsumen. Analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik seperti SPSS versi 25.

Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel dan grafik untuk mempermudah interpretasi. Selain itu, uji asumsi klasik, seperti uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi syarat-syarat statistik.

Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu April hingga Juni 2023 di Lestari Bakery Cake and Shop Sidikalang. Selama periode ini, kuesioner disebarkan langsung kepada pelanggan yang mengunjungi toko. Responden diberikan penjelasan singkat mengenai tujuan penelitian sebelum mengisi kuesioner, dan partisipasi mereka bersifat sukarela. Dengan metode penelitian yang dirancang secara komprehensif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Temuan dari penelitian ini diharapkan menjadi landasan bagi Lestari Bakery untuk meningkatkan strategi pemasaran dan operasionalnya

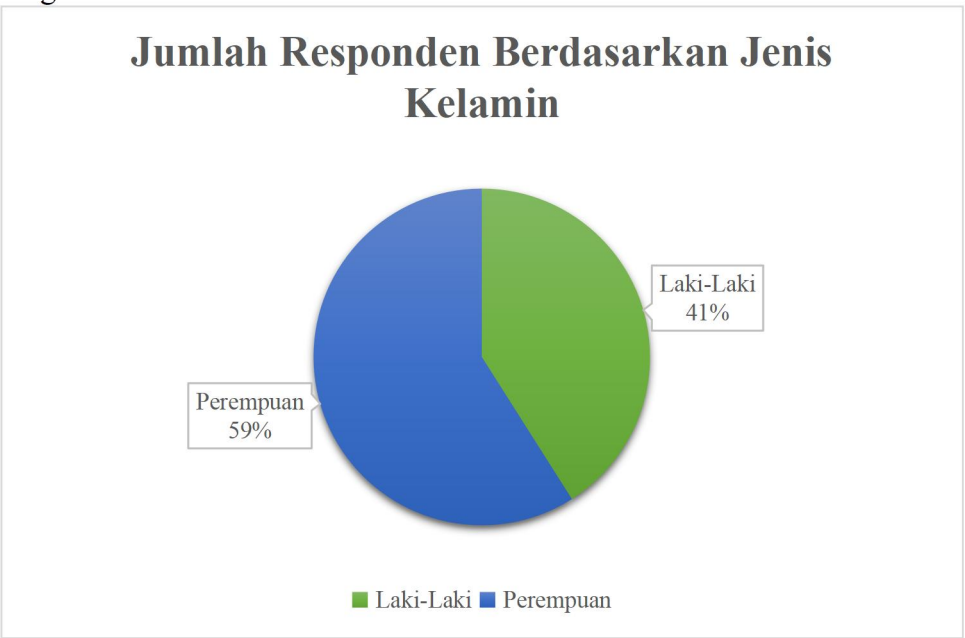


Gambar 1. Kerangka Konsep

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, ditemukan jumlah responden yang mengisi kuesioner yang diberikan sebagai berikut:



Gambar 2. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden yang mengisi kuesioner penelitian, terlihat bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki. Dari 100 responden, sebanyak 59 orang atau 59% adalah perempuan, sedangkan laki-laki berjumlah 41 orang atau 41%. Hal ini menunjukkan adanya partisipasi yang lebih besar dari kalangan perempuan dalam mengisi kuesioner yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Lestari *Bakery Cake and Shop* Sidikalang. Kesenjangan ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti preferensi yang lebih besar dari perempuan terhadap jenis produk yang ditawarkan oleh Lestari *Bakery*. Perbedaan jumlah responden ini dapat

memberi indikasi bahwa perempuan mungkin lebih terlibat dalam proses konsumsi produk *bakery* atau lebih mudah diakses untuk dijadikan responden.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan terkait kualitas pelayanan, lokasi, dan kepuasan konsumen memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar dari r tabel (0,196). Hal ini mengindikasikan bahwa setiap item valid untuk digunakan dalam penelitian. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas dengan metode Cronbach's Alpha menghasilkan nilai di atas 0,6 untuk semua variabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian reliabel.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Bebas	Koefisien Beta	t-hitung	Signifikansi
Kualitas Pelayanan	0.389	2.928	0.004
Lokasi	0.362	2.639	0.010
Konstanta	2.115	-	-

Persamaan regresi yang diperoleh adalah: **Y = 1,512 + 0,325X1 + 0,291X2 + e** Dimana:

- Y: Kepuasan Konsumen
- X1: Kualitas Pelayanan
- X2: Lokasi Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada kualitas pelayanan (X1) akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,325 unit, sementara setiap peningkatan satu unit pada lokasi (X2) akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,291 unit, dengan asumsi variabel lain tetap.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis regresi sebelumnya, variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai t hitung sebesar 2.928, yang lebih besar dari t tabel (1.984) pada tingkat signifikansi 0.05. Nilai signifikansi sebesar 0.004 juga menunjukkan bahwa pengaruh ini signifikan, karena lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, hasil ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Lestari Bakery Cake and Shop Sidikalang akan berdampak positif terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0.276 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0.276 unit, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen. Pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diterima konsumen, semakin besar kemungkinan konsumen merasa puas dengan pengalaman mereka di Lestari Bakery.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Halika & Kharisma (2024), Kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen, karena faktor-faktor seperti tangibilitas, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara langsung berdampak pada tingkat kepuasan. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang lebih tinggi mengarah pada peningkatan kepuasan pelanggan, yang sangat

penting untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan.

Selain itu, penelitian oleh Ria et al. (2024) juga menyatakan bahwa Kualitas layanan secara positif dan signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen. Studi ini menemukan bahwa kualitas layanan yang lebih tinggi mengarah pada peningkatan kepuasan konsumen, seperti yang ditunjukkan oleh analisis regresi, di mana kualitas layanan merupakan faktor dominan yang mempengaruhi persepsi dan pengalaman pelanggan. Hal ini konsisten dengan hasil penelitian ini, di mana Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, yang berarti perusahaan dapat meningkatkan kepuasan dengan meningkatkan kualitas pelayanan mereka.

Herman et al. (2024) juga menyatakan bahwa Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Layanan yang baik, ditandai dengan tanggapan yang cepat dan bantuan yang efektif, meningkatkan pengalaman pelanggan, mengarah ke tingkat kepuasan yang lebih tinggi, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan di platform Shopee. Kualitas layanan yang tinggi meningkatkan persepsi dan pengalaman pelanggan, yang mengarah pada peningkatan tingkat kepuasan.

Namun, hasil *R Square* sebesar 0.122 menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama hanya menjelaskan 12.2% dari variasi dalam Kepuasan Konsumen. Ini mengindikasikan bahwa meskipun Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh signifikan, ada banyak faktor lain di luar Kualitas Pelayanan dan Lokasi yang juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Faktor-faktor lain ini bisa mencakup harga produk, kualitas produk, suasana toko, promosi, dan sebagainya, yang mungkin juga perlu diperhatikan oleh manajemen untuk meningkatkan kepuasan konsumen secara menyeluruh.

Dalam konteks Lestari Bakery, fokus pada peningkatan kualitas pelayanan bisa menjadi strategi efektif untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini bisa dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada staf untuk lebih responsif, ramah, dan cepat dalam melayani pelanggan, serta memperhatikan kebutuhan konsumen secara individual. Dengan pelayanan yang lebih baik, konsumen akan merasa dihargai dan nyaman, yang pada akhirnya akan meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

Hasil ini juga relevan dalam industri jasa makanan dan minuman, di mana persaingan sangat ketat dan konsumen memiliki banyak pilihan. Menjaga kualitas pelayanan yang tinggi bisa menjadi pembeda yang kuat bagi Lestari Bakery dibandingkan dengan pesaing lainnya. Dengan demikian, perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang akan membantu mereka mempertahankan pelanggan dan menarik lebih banyak pelanggan baru.

Temuan ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan aspek penting yang memengaruhi Kepuasan Konsumen di Lestari Bakery. Dengan terus meningkatkan kualitas pelayanan, manajemen Lestari Bakery dapat berharap untuk meningkatkan kepuasan pelanggan mereka, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada loyalitas konsumen dan keberhasilan jangka panjang bisnis mereka.

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis statistik sebelumnya, variabel Lokasi menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Lestari Bakery Cake and Shop Sidikalang. Nilai t hitung untuk variabel Lokasi adalah 2.639, yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1.984 pada tingkat signifikansi 0.05. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0.010, yang lebih kecil dari 0.05, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa pemilihan lokasi yang strategis dapat

berkontribusi secara positif terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Koefisien regresi untuk variabel Lokasi adalah 0.128, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel Lokasi akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0.128 unit, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan. Koefisien ini menunjukkan bahwa lokasi yang strategis dapat memberikan dampak yang positif pada kepuasan konsumen, meskipun pengaruhnya tidak sebesar pengaruh variabel lainnya, seperti kualitas pelayanan. Dengan kata lain, lokasi yang baik dapat memperbaiki pengalaman konsumen dan membuat mereka lebih puas dengan layanan yang diberikan.

Penelitian sebelumnya juga mendukung temuan ini. Lokasi merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam berbagai konteks bisnis. Penelitian menunjukkan bahwa lokasi yang strategis dapat meningkatkan aksesibilitas dan visibilitas, yang pada gilirannya berkontribusi pada kepuasan konsumen. Misalnya, dalam studi oleh Maya dan Khoirunnisa, ditemukan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan kontribusi sebesar 47,2% dari variabel independen yang diteliti (Maya & Khoirunnisa, 2021). Selain itu, penelitian oleh Prasetya dan Lelawati juga mengkonfirmasi bahwa lokasi, bersama dengan pelayanan dan fasilitas, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Prasetya & Lelawati, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih puas ketika mereka dapat dengan mudah mengakses layanan atau produk yang mereka inginkan.

Penelitian oleh Hidayan menegaskan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang menunjukkan bahwa lokasi yang baik dapat meningkatkan pengalaman konsumen secara keseluruhan (Hidayan, 2023). Penelitian lain oleh Haryoko dan Rabani juga menemukan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di bengkel motor, menegaskan pentingnya lokasi dalam konteks layanan (Haryoko & Rabani, 2019). Dengan demikian, meskipun ada beberapa hasil yang menunjukkan bahwa lokasi tidak selalu berpengaruh, banyak penelitian mendukung bahwa lokasi yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara signifikan.

Namun, nilai R Square sebesar 0.122 menunjukkan bahwa variabel Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama hanya mampu menjelaskan 12.2% dari variasi dalam Kepuasan Konsumen. Meskipun Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan, kontribusinya terhadap kepuasan konsumen dalam model ini masih terbatas. Ini berarti masih terdapat faktor-faktor lain di luar Lokasi dan Kualitas Pelayanan yang berperan dalam menentukan kepuasan konsumen, seperti harga, promosi, suasana toko, dan kualitas produk itu sendiri.

Dalam konteks persaingan bisnis yang ketat di industri kuliner, lokasi yang strategis menjadi salah satu keunggulan kompetitif yang penting. Lokasi yang baik dapat membantu Lestari Bakery menarik lebih banyak pelanggan dan menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan. Namun, lokasi yang baik saja tidak cukup; manajemen juga harus memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan.

Selain aksesibilitas, aspek kenyamanan dan suasana di sekitar lokasi juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Misalnya, tempat parkir yang memadai, lingkungan yang bersih, dan keamanan di sekitar lokasi dapat memberikan nilai tambah yang membuat konsumen merasa lebih nyaman. Lestari Bakery bisa mempertimbangkan untuk memastikan bahwa lokasi usahanya memenuhi kriteria-kriteria tersebut agar konsumen merasa senang untuk datang berkunjung.

Hasil ini menunjukkan bahwa Lokasi berperan penting dalam membentuk kepuasan

konsumen di Lestari Bakery. Dengan memilih lokasi yang strategis, manajemen dapat membantu meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya dapat mendorong loyalitas pelanggan dan mempertahankan posisi kompetitif di pasar. Bagi Lestari Bakery, mempertahankan lokasi yang mudah diakses dan nyaman adalah salah satu langkah strategis untuk mempertahankan basis pelanggan yang puas dan loyal.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda sebelumnya, variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Lestari Bakery Cake and Shop Sidikalang. Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 6.739 dengan signifikansi 0.002, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05. Ini berarti bahwa kedua variabel independen, Kualitas Pelayanan dan Lokasi, secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan kata lain, kombinasi dari kualitas pelayanan yang baik dan lokasi yang strategis mampu meningkatkan tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan.

Hasil uji koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.122 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama mampu menjelaskan 12.2% dari variasi dalam Kepuasan Konsumen. Meskipun nilainya masih relatif kecil, ini tetap menunjukkan bahwa kedua variabel ini memberikan kontribusi dalam menentukan kepuasan konsumen. Namun, angka ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar variasi dalam kepuasan konsumen, yaitu sekitar 87.8%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini. Faktor-faktor tersebut mungkin mencakup aspek harga, kualitas produk, suasana toko, promosi, dan faktor eksternal lainnya yang juga memengaruhi pengalaman konsumen.

Kualitas pelayanan dan lokasi merupakan dua faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam berbagai konteks bisnis. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara signifikan. Misalnya, Maya dan Khoirunnisa menemukan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara bersama-sama mampu menjelaskan 47,2% dari varians kepuasan konsumen, dengan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan (Maya & Khoirunnisa, 2021). Hal ini sejalan dengan temuan Prasetya dan Lelawati yang juga menunjukkan bahwa pelayanan, fasilitas, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di bengkel (Prasetya & Lelawati, 2022).

Sulaiman et al. menegaskan bahwa kualitas produk, pelayanan, dan lokasi berkontribusi terhadap kepuasan konsumen di kafe, dengan koefisien determinasi yang menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel-variabel tersebut (Sulaiman et al., 2020). Penelitian oleh Juniarti et al. juga menyoroti pentingnya kualitas pelayanan dan lokasi dalam membangun loyalitas konsumen melalui kepuasan (Juniarti et al., 2022). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi dan lokasi yang strategis berperan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen di berbagai sektor.

Apsari et al. menemukan bahwa kualitas layanan, harga, dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di ART Samurai Koi Yogyakarta, yang menunjukkan bahwa kombinasi dari ketiga faktor ini sangat penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen (Hapsari et al., 2023). Ria juga menegaskan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi adalah faktor kunci dalam menentukan kepuasan konsumen, mendukung hasil penelitian sebelumnya (Ria, 2024). Dengan demikian, lokasi yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen karena memberikan aksesibilitas yang lebih mudah dan kenyamanan dalam berkunjung. Dalam konteks Lestari Bakery, pemilihan lokasi yang baik sangat relevan untuk

menarik pelanggan lokal dan meningkatkan kepuasan mereka.

Meskipun kontribusi Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen masih terbatas, keduanya tetap memainkan peran penting. Dari segi manajemen, Lestari Bakery dapat fokus pada peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, misalnya dengan melatih staf agar lebih responsif, ramah, dan tanggap terhadap kebutuhan konsumen. Pelayanan yang baik dapat membuat konsumen merasa puas dengan pengalaman mereka, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka terhadap bisnis tersebut.

Selain kualitas pelayanan, Lestari Bakery juga dapat mempertimbangkan untuk memastikan lokasi mereka mudah diakses dan nyaman bagi konsumen. Faktor-faktor seperti ketersediaan tempat parkir, lingkungan yang aman, dan kebersihan di sekitar toko dapat menambah kenyamanan bagi konsumen, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan mereka. Lokasi yang strategis tidak hanya memberikan kemudahan akses, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih positif bagi konsumen yang berkunjung.

Di sisi lain, nilai *R Square* yang rendah menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan konsumen secara optimal, Lestari Bakery perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain selain Kualitas Pelayanan dan Lokasi. Misalnya, aspek harga, promosi, kualitas produk, dan suasana toko dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan memperluas fokus pada faktor-faktor ini, Lestari Bakery memiliki peluang untuk meningkatkan kepuasan konsumen secara lebih komprehensif.

Dalam industri makanan dan minuman, persaingan yang ketat membuat kepuasan konsumen menjadi sangat penting. Konsumen memiliki banyak pilihan, sehingga mereka cenderung memilih tempat yang tidak hanya menawarkan produk berkualitas tetapi juga memberikan pengalaman yang menyenangkan dan mudah diakses. Oleh karena itu, dengan menjaga kualitas pelayanan yang baik dan lokasi yang strategis, Lestari Bakery dapat menciptakan nilai tambah yang membedakannya dari pesaing, yang pada gilirannya akan meningkatkan daya tarik dan loyalitas konsumen.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Lokasi memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan konsumen di Lestari Bakery. Kedua variabel ini merupakan komponen penting dalam pengalaman konsumen yang, ketika dioptimalkan, dapat menciptakan kepuasan yang lebih tinggi. Dalam jangka panjang, peningkatan pada kedua aspek ini dapat memberikan dampak positif terhadap loyalitas konsumen dan membantu Lestari Bakery membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan mereka.

Lestari Bakery diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan lokasi yang strategis untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Langkah ini akan membantu mereka tidak hanya meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga membangun citra positif dan keberhasilan jangka panjang di tengah persaingan pasar yang ketat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Lestari Bakery Cake and Shop, baik secara parsial maupun simultan. Kualitas Pelayanan yang unggul terbukti meningkatkan kepuasan konsumen secara signifikan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel dan tingkat signifikansi di bawah 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen. Selain itu, Lokasi yang strategis, mudah diakses, dan nyaman juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, karena

konsumen cenderung merasa lebih puas jika lokasi usaha memudahkan aksesibilitas dan mendukung kenyamanan. Secara bersama-sama, Kualitas Pelayanan dan Lokasi berkontribusi signifikan terhadap pencapaian kepuasan konsumen, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil uji F yang memiliki tingkat signifikansi di bawah 0,05. Meskipun nilai R Square menunjukkan bahwa kedua variabel ini hanya menjelaskan sebagian kecil dari variasi kepuasan konsumen, kombinasi keduanya tetap memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman belanja yang positif dan memuaskan. Oleh karena itu, peningkatan berkelanjutan pada aspek pelayanan dan pemilihan lokasi strategis menjadi kunci utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat loyalitas mereka terhadap Lestari Bakery Cake and Shop.

DAFTAR REFERENSI (Times New Roman, size 12)

Desrianto, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Sektor Kuliner*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 12(2), 45-58.

Halika, I., & Kharisma, T. (2024). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 13(1), 55-67.

Hapsari, R., et al. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di ART Samurai Koi Yogyakarta*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 8(2), 101-115.

Heizer, J., & Render, B. (2015). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Pearson Education.

Herman, T., et al. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen di Shopee Indonesia*. Jurnal Bisnis Digital, 6(3), 80-95.

Hidayan, A. (2023). *Peran Lokasi dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ekonomi dan Pemasaran, 10(4), 72-85.

Haryoko, A., & Rabani, R. (2019). *Lokasi dan Kepuasan Pelanggan: Studi pada Bengkel Motor di Jakarta*. Jurnal Manajemen Pelayanan, 7(1), 45-59.

Juniarti, D., et al. (2022). *Kualitas Pelayanan dan Lokasi sebagai Determinan Loyalitas Konsumen*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 9(2), 89-103.

Kotler, P. (2008). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.

Maya, D., & Khoirunnisa, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 9(1), 20-30.

Nur Wulandari, A., & Mudiantono, D. (2020). *Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ilmu Ekonomi, 7(3), 112-119.

Prasetya, A., & Lelawati, A. (2022). *Pengaruh Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Bengkel*. Jurnal Manajemen Strategis, 15(4), 78-90.

Ria, P., et al. (2024). *Kualitas Pelayanan sebagai Faktor Utama dalam Kepuasan Konsumen*. Jurnal Bisnis Kontemporer, 11(1), 34-50.

Sulaiman, M., et al. (2020). *Kualitas Produk, Pelayanan, dan Lokasi sebagai Faktor Kepuasan Konsumen di Kafe*. Jurnal Ilmu Ekonomi, 7(3), 112-119.

Susanto, R., & Otoluwa, J. T. (2020). *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 14(3), 33-42.

Tjiptono, F. (2011). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.