

## PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI FOTOCOPY DAN PRINT FIRA KEDIRI

Erika Novianti<sup>1</sup>, Suhardi<sup>2</sup>

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Jl. Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112

[erikasuprayitno20@gmail.com](mailto:erikasuprayitno20@gmail.com)

Informasi atrikel:

Tanggal Masuk: 7 Juli 2022    Tanggal Revisi: 10 Agustus 2022    Tanggal diterima: 10 September 2022

### **Abstract**

*This study is motivated by competition in the photocopying and printing service business, which is getting tighter daily and will indirectly affect businesses in the service sector in maintaining competition. Therefore, consumer satisfaction in using photocopy and print services is influenced by several factors, including the location of service quality and facilities. This study aims to determine and analyze location, service quality, and facilities' significant influence on customer satisfaction in Photocopy and Print FIRA Kediri. The approach used in this study is a quantitative approach with causal research techniques where the method of collecting data by spreading questionnaires. The technique in sampling uses non-probability techniques. The test tools used in this study are classical assumption testing, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, and hypothesis testing with IBM SPSS statistical software version 23. The results of this study show that location, quality of service, and facilities have a significant effect on customer satisfaction.*

**Keywords : Location, Quality of Service, Facilities, and Customer Satisfaction**

### **Abstrak**

Pada penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan usaha jasa *Fotocopy* dan *print* yang semakin hari mengalami peningkatan sehingga memberikan hasil bahwasanya memiliki pengaruh tidak langsung yang memberikan pengaruh usaha di bidang jasa dalam mempertahankan persaingan. Sehingga memberikan kepuasan terhadap pelanggan dalam menggunakan jasa *Fotocopy* dan *print* dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah variabel lokasi, kualitas pelayanan dan juga variabel fasilitas. Pada penelitian ini memiliki suatu tujuan yang menghasilkan bahan untuk mengetahui dan menganalisis sehingga bisa berpengaruh signifikan pada variabel lokasi, variabel kualitas pelayanan dan juga variabel fasilitas yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada *Fotocopy* dan *Print FIRA Kediri*. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga menggunakan teknik kausalitas dimana metode pengumpulan data dengan menyebar kuesioner. Teknik dalam pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probabilitas*. Analisis data pada penelitian ini menggunakan software IBM SPSS *statistics* versi 23. Pada penelitian ini memberikan hasil bahwasanya menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja.

**Kata kunci : Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Konsumen**

### **PENDAHULUAN**

Suatu usaha yang dijalankan oleh seseorang yang berupa jasa merupakan ide yang sangat dibutuhkan saat ini adalah usaha *Fotocopy* dan *Print*. Karena usaha jasa ini merupakan usaha yang banyak dibutuhkan berbagai kalangan mulai karyawan, siswa dan mahasiswa pada saat ingin mencetak atau menggandakan dokumen dengan cepat. Usaha *Fotocopy* dan *Print* banyak ditemukan di dekat perkantoran dan institusi pendidikan dan biasanya letaknya berdekatan dengan bisnis serupa. Sehingga fenomena ini tidak lepas dari ketatnya persaingan, strategi diperlukan untuk menarik konsumen agar bisa memperoleh target dalam persaingan bisnis.

Usaha-usaha *Fotocopy* dan *Print* memiliki strategi masing-masing untuk memberikan dampak pada konsumen agar memiliki minat dalam menggunakan jasa pada usaha *Fotocopy* dan *Print*. Suatu bisnis usaha *fotocopy* yang disoroti karena lokasinya yang memasuki gang tetapi tetap ramai konsumen adalah *Fotocopy* dan

*Print FIRA. Fotocopy dan Print FIRA* yang dipimpin oleh bapak Eddy dan ibu Siti, awal beroperasi pada tahun 2010, dan hanya menjual jasa *fotocopy* saja, tetapi dengan perkembangan teknologi pada tahun 2012 berkembang menjadi jasa *Fotocopy dan Print FIRA* yang bias berjalan usahanya sampai saat ini. Berbagai persaingan bisnis dialami oleh *Fotocopy dan Print FIRA*, oleh karena itu pemilik usaha memiliki strategi agar para pelanggan akan memiliki minat yang baik dalam pembelian usaha jasa *Fotocopy dan Print FIRA*.

Salah satu cara yang dilakukan *Fotocopy dan Print FIRA* untuk memenangkan persaingan adalah dengan cara menciptakan dan mempertahankan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sangat penting bagi keberhasilan dalam pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2017) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen mampu meningkatkan perasaan konsumen dengan membandingkan pada harapan yang diharapkan konsumen terhadap kepuasan yang di terima konsumen. Sehingga dalam memberikan kepuasan yang diterima karyaannya mampu meningkatkan suatu usaha yang dijalankan dan mampu bersaing di dalam suatu bisnis dalam memberikan jasa terhadap pera konsumen dengann cara tersebut mampu memberikan konsumen yang royal yang mampu melakukan pembelian secara berulang-ulang yang mampu mencapai target suatu penjualan dalam berbisnis bagi *Fotocopy dan Print FIRA*.

Bagi pelaku usaha dalam pemilihan lokasi merupakan poin yang sangat penting. Suatu usaha yang dijalankan perlu meminimalisir suatu lokasi yang digunakan agar memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian. Lokasi yang dipilih dalam usaha yang dijalankan mampu memberikan tempat yang strategis yang sangat penting dalam menjalankan usaha yang mampu meningkatkan omset penjualan dan mempermudah pelanggan untuk melakukan pembelian secara langsung. Menurut Kotler (2017) mengemukakan baha pemilihan lokasi yang sangat baik dan tepat mampu meningkatkan suatu usaha yang dijalankan yang nantinya bisa mencapai target penjualan dalam menjalankan suatu bisnis yang dijalankan. Teori tersebut memiliki kesamaan pada yang dilakukan oleh Rutjuhan & Ismunandar (2020) mengemukakan suatu lokasi mempunyai dampak pengaruh secara signifikan pada variabel kepuasan kerja. Lokasi di *Fotocopy dan Print FIRA* sangat strategis tepat didepan gerbang kampus tetapi untuk akses kesana harus memasuki gang yang hanya muat untuk satu mobil yang melintas.

Menurut penelitian Laksana (2017) mengemukakan bahwa suatu hasil yang diinginkan oleh konsumen memberikan ekspektasi yang sesuai dengan harapan yang dimiliki konsumen dalam melakukan pembelian yang nantinya akan memberikan dampak yang loyal kepada konsumen dalam melakukan pembelian secara berulang-ulang. Fasilitas yang disediakan oleh pelaku usaha mandiri dalam bidang jasa dalam hal ini adalah *Fotocopy dan Print FIRA*. Fasilitas yang digunakan dalam menjalankan usaha ini perlu memberikan fasilitas yang baik untuk mempermudah dalam menjalankan bisnis yang mampu mencapai tingkat kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian. Permasalahan tersebut sesuai yang dilakukan oleh Hariaji dan Iriyanto (2019) mengemukakan suatu hasil variabel fasilitas berpengaruh terhadap variabel kepuasan kerja.

Dari tabel 1 *Fotocopy dan Print FIRA* memiliki jumlah omset yang lebih banyak di bandingkan dari para pesaingnya. Hal tersebut dapat menimbulkan kepuasan konsumen yang tinggi, maka peneliti mengambil tempat

**Tabel 1 Data Omset Perbulan tahun 2022**

No	Nama	Omset
1	<i>Fotocopy dan Print FIRA</i>	Rp. 3.300.000
2	<i>Fotocopy dan Print Hidayah</i> Siswa	Rp. 2.500.000
3	<i>Fotocopy dan Print Cahaya</i>	Rp. 3.000.000
4	<i>Gubuk Fotocopy dan Print</i>	Rp. 2.850.000

Sumber : Penelli, 2022

penelitian di *Fotocopy dan Print FIRA*. Dalam kesehariannya, usaha *Fotocopy dan Print FIRA* tidak hanya melayani jasa *print* dokumen dan *fotocopy* saja, melainkan juga usaha toko yang melayani penjualan alat-alat tulis, minuman ringan, makanan kecil, rokok dan lain sebagainya. *Fotocopy dan Print FIRA* memiliki lokasi usaha sangat strategis atau bisa dijangkau dengan kendaraan bermotor maupun mobil, dan berada di depan pintu gerbang samping kampus yang menjadi target pasar utama, tidak terdapat lahan parkir, namun konsumen bisa menaruh kendaraan di parkir kampus, akan tetapi untuk mengakses ke lokasi perlu melewati gang yang cukup sempit. *Fotocopy dan Print FIRA* memiliki fasilitas yang lumayan lengkap dikarenakan ada beberapa fasilitas yang tidak ada dan tidak berfungsi seperti toilet dan kipas angin, dan untuk kualitas pelayanannya cukup baik, tapi ada karyawan yang kurang bisa menguasai komputer dan hanya dilakukan dua orang, sehingga konsumen harus menunggu antrian cukup lama, namun pelayanan dilakukan dengan ramah. Ada beberapa *Fotocopy dan Print* yang menjadi pesaing yang berada tidak terlalu jauh dari *Fotocopy dan Print FIRA*, akan tetapi *Fotocopy dan Print FIRA* selalu

mengedepankan dengan pemberian suatu pelayanan yang prima terhadap semua konsumen yang datang dan selalu loyalitas kepada pelanggan sehingga para konsumen setiap kali datang akan merasakan kepuasan yang sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan oleh para konsumen yang bisa terpenuhi yang nantinya pelanggan akan merasakan loyalitas yang nantinya melakukan pembelian berulang kali. Menurut penelitian Rutjuhan & Ismunandar (2020) mengemukakan bahwa fasilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pelanggan sedangkan lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pada penjelasan tersebut memperoleh hasil bahwa penulis menyatakan bawasanya penting untuk melakukan penelitian yang bisa memperoleh hasil yang dapat di generalisasikan, maka membuktikan apakah kepuasan konsumen pada usaha jasa dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas seperti harga, kualitas layanan, fasilitas, brand image, brand trust, dan lain sebagainya. Namun, mengingat adanya keterbatasan penulis dalam menghasilkan, maka penelitian ini menggunakan variabel lokasi, variabel kualitas pelayanan serta variabel fasilitas. Sehingga penulis mengemukakan untuk mengambil judul penelitian sebagai berikut: **"Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di Fotocopy dan Print FIRA Kediri"**.

## METODE

Pendekatan dalam penelitian ini yang dilakukan oleh penulis menggunakan kuantitatif dengan pengujiannya menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistic* versi 23. Dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan data instrument penelitian tertutup atau positif, di dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk memperoleh suatu hipotesis. Penulis menggunakan teknik dalam pengambilan sampel dengan cara teknik non-probabilitas medel ini dipilih untuk melakukan penelitian ini yaitu Accidental sampling, dengan memperoleh suatu sampel sebanyak 40 konsumen, sehingga pada penelitian ini menggunakan teknik instrumen penelitian tertutup atau positif dengan melakukan penyebaran kuesioner.

**Tabel 2 Uji Validitas Instrumen Penelitian**

Variabel	Item	Hitung	$r_{tabel}$	Keterangan
Y	1	0,731	0,312	Valid
	2	0,764	0,312	Valid
	3	0,790	0,312	Valid
	4	0,674	0,312	Valid
	5	0,756	0,312	Valid
	6	0,798	0,312	Valid
	7	0,730	0,312	Valid
	8	0,741	0,312	Valid
X1	1	0,710	0,312	Valid
	2	0,738	0,312	Valid
	3	0,707	0,312	Valid
	4	0,847	0,312	Valid
	5	0,790	0,312	Valid
	6	0,813	0,312	Valid
	7	0,891	0,312	Valid
	8	0,732	0,312	Valid
X2	1	0,829	0,312	Valid
	2	0,767	0,312	Valid
	3	0,826	0,312	Valid
	4	0,786	0,312	Valid
	5	0,680	0,312	Valid
	6	0,730	0,312	Valid
	7	0,604	0,312	Valid
	8	0,615	0,312	Valid
	9	0,826	0,312	Valid
	10	0,786	0,312	Valid
X3	1	0,826	0,312	Valid
	2	0,813	0,312	Valid
	3	0,831	0,312	Valid
	4	0,857	0,312	Valid
	5	0,876	0,312	Valid
	6	0,757	0,312	Valid

Sumber: Data diolah peneliti 2022

## UJI VALIDITAS

Pada penelitian ini yang digunakan berjumlah 40 responden yang digunakan untuk memperoleh hasil validitas dan reabilitas Penghitungan uji validitas tidak dilakukan secara manual, malinkan menggunakan alat bantu aplikasi *SPSS* versi 23.

Berdasarkan tabel 2 diatas memperoleh suatu nilai yang valid karena dari nilai  $r$  tabel yang dihasilkan lebih tinggi di bandingkan dengan nilai  $r$  hitung maka dapat disimpulkan bahwa dari setiap variabel menghasilkan nilai yang valid menunjukkan tingkat hasil validitas yang cukup baik.

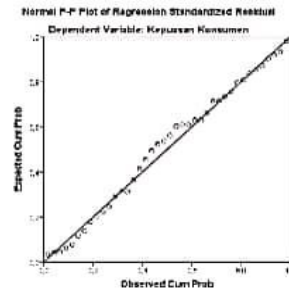
## UJI RELIABILITAS

Pengujian ini dilakukan untuk memperoleh apakah hasil suatu data andal tidaknya dalam penelitian jika lebih dari 0,60 maka nilai yang dihasilkan cenderung baik dan jika nilai yang dihadirkan > 0,60 sehingga menghasilkan nilai yang tidak reliabel.

Berdasarkan tabel 3 diatas memperoleh hasil yang < 0,60 dari setiap variabel pada penelitian ini maka nilai yang diperoleh adalah baik karena < 0,60. Peneliti ini memakai sumber yaitu data primer untuk mengambil data secara langsung pada konsumen *Fotocopy* dan *Print FIRA*.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi klasik



Sumber: Output SPSS versi 23

Gambar 1 Uji Normalitas Grafik *normal probability plot*

### Uji normalitas

Nilai yang diperoleh dalam pengujian ini adalah jika hasil data mengalami penyebaran di wilayah garis diagonal maka menghasilkan data yang normal di dalam penelitian.

Pada keterangan tersebut di gambar 1 diatas memperoleh hasil bahwa data yang digunakan mengalami penyebaran di wilayah diagonal yang mengikuti arah garis yang menghasilkan data yang normal pada penelitian ini sehingga bisa dinyatakan bahwa penelitian yang diteliti merupakan data yang bersifat normal.

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients <sup>a</sup>	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Lokasi	,410	2,442
	Kualitas Pelayanan	,461	2,167
	Fasilitas	,606	1,650

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Output SPSS versi 23

### Uji multikolinearitas

Pada penelitian ini mengetahui keberadaan suatu nilai multikolinieritas yang bisa dilihat pada nilai jika menghasilkan nilai yang toleran > 0,10 dan < 10. Hasil dari suatu uji multikolinearitas pada Tabel 4 di bawah ini.

Berdasarkan tabel 4 tersebut dapat dinyatakan suatu lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas sehingga memperoleh nilai Tolerance sebesar 0,410; 0,461; 0,606 yang memiliki nilai yang besar dari 0,10 dan nilai VIF yaitu 2,442; 2,167; 1,650 yang memperoleh nilai lebih rendah dari 10. Sehingga dinyatakan data yang dihasilkan dan di peroleh oleh penulis menghasilkan nilai yang tidak ada masalah multikolinieritas.

Tabel 3 Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha Kritis	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	0,883	0,6	Reliabel
Lokasi (X <sub>1</sub> )	0,803	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	0,879	0,6	Reliabel
Fasilitas (X <sub>3</sub> )	0,904	0,6	Reliabel

Sumber: data diolah peneliti 2022

### Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk memperoleh model regresi yang memiliki ketidaksamaan secara *variance* dari residual pada pengamatan di dalam penelitian yang di gunakan. Hasil uji heteroskedastisitasn grafik *scatterplot* di bawah ini

Berdasarkan gambar 2 tersebut menyatakan bahwa memperoleh hasil yaitu jika nilai grafik *scatterplot* memperoleh nilai titik tyang menyebar secara teratur baik dibawah maupun di atas yang memiliki nilai di baah angka 0 pada poin Y. Sehingga memperoleh hasil model regresi yang tidak terjadinya heteroskedastisitas.

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	6,194	2,804	
	Lokasi	,394	,124	,218
	Kualitas Pelayanan	,466	,096	,640
	Fasilitas	,256	,123	,352

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Output SPSS versi 23

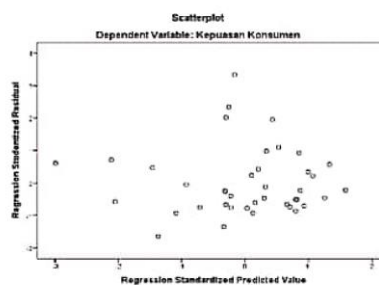
### Analisis Regresi Linier Berganda

Penulis disini menggunakan pengujian tersebut di dalam penelitian ini sehingga mampu memperoleh analisis mengenai lokasi (X1), kualitas pelayanan (X2), fasilitas (X3) pada kepuasan konsumen (Y), alat bantu digunakan di dalam penelitian ini yaitu aplikasi SPSS yang mampu menghasilkan suatu data yang bisa memperoleh data di dalam penelitian yang di teliti oleh penulis.

Pada table 5 diatas memberikan penjelasan mengenai persamaan regresi linier berganda yang memiliki nilai yaitu :

$$Y = 6,194 + 0,394X_1 + 0,466X_2 + 0,256X_3 + e$$

- Pada nilai  $\alpha$  menghasilkan data sebesar 6,194 yang artinya menunjukkan bahwa pada variabel lokasi , variabel kualitas pelayanan dan juga variabel fasilitas yang memiliki arti bahwasanya tidak memiliki pengaruh atau ( $=0$ ) maka variabel Y (kepuasan konsumen) memperoleh nilai sebesar 6,194 .
- Poin regresi pada variabel X1 memiliki nilai sebesar 394. Pada nilai tersebut memiliki arti bahwasanya ketika terjadi kenaikan koefisien terhadap lokasi senilai 1 (satuan) sehingga mengakibatkan tingginya pada kepuasan konsumen yaitu 0,394.
- Poin regresi pada variabel X2 memiliki nilai sebesar 466. Pada nilai tersebut memiliki arti bahwasanya ketika terjadi peningkatan koefisien pada kualitas pelayanan dengan nilai 1 (satuan) dapat menimbulkan terjadinya peningkatan pada kepuasan konsumen dengan nilai 0,466.



Sumber: Output SPSS versi 23

Gambar 2 Grafik Scaterplots



- d. Poin regresi pada variabel X3 memiliki nilai sebesar 256. Pada nilai tersebut memiliki arti bahwasanya ketika terjadi tingginya koefisien pada fasilitas menghasilkan 1 (satuan) maka akan berdampak terjadinya peningkatan pada kepuasan konsumen sebesar 0,256.

### Pengujian Hipotesis

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

Pengujian ini diperoleh untuk menghasilkan besarnya pengaruh yang terjadi pada variabel bebas dan juga variabel terikat pada pebelitian yang sedang dilakukan. Disini penulis menggunakan variabel lokasi ( $X_1$ ), variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan variabel fasilitas ( $X_3$ ) secara individual pada variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ). Hasil uji t (parsial) dapat dilihat pada tabel 6 sebagai berikut :

1) Pengujian hipotesis 1

$H_0$  :  $b_1$  = pada poin ini variabel lokasi yang memberikan penjelasan bahwasanya tidak memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen.

$H_a$  :  $b_1$  = lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas sehingga memperoleh nilai sebesar yaitu t hitung = 2,558 > t tabel = 2,021 atau signifikan variabel lokasi adalah 0,028 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga memiliki kesimpulan bahwasanya variabel lokasi memiliki dampak pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Fotocopy* dan *Print FIRA*.

2) Pengujian hipotesis 2

$H_0$  :  $b_2$  = pada poin ini variabel kualitas pelayanan yang memberikan penjelasan bahwasanya tidak berpengaruh pada variabel kepuasan konsumen.

$H_a$  :  $b_2$  = kualitas pelayanan dapat berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas sehingga memperoleh nilai sebesar yaitu t hitung = 4,854 > t tabel = 2,021 atau signifikan variabel lokasi adalah 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak pengaruh pada kepuasan konsumen pada *Fotocopy* dan *Print FIRA*.

3) Pengujian hipotesis 3

$H_0$  :  $b_3$  = pada poin ini variabel fasilitas yang memberikan penjelasan bahwasanya tidak memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen

$H_a$  :  $b_3$  = variabel fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas sehingga memperoleh nilai sebesar yaitu t hitung = 2,452 > t tabel = 2,021 atau signifikan variabel lokasi adalah 0,022 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka bahwa variabel fasilitas memiliki dampak pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Fotocopy* dan *Print FIRA*.

#### Pengujian Hipotesis Secara Simultan (uji F)

Pada pengujian ini sebagai penentu dari penerimaan atau penolakan suatu hipotesis yang digunakan. Dapat disimpulkan bahwa pengujian ini digunakan untuk memperoleh nilai apakah variabel bebas memiliki pengaruh bersama-sama pada variabel terikat, yang artinya jika < 0,05 bisa dikatakan memiliki hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dan jika > 0,05 bisa dinyatakan bahwa tidak memiliki rasio hubungan dari variabel

Tabel 6 Hasil Uji t (parsial)

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	2,209	,034
	Lokasi	2,558	,028
	Kualitas Pelayanan	4,854	,000
	Fasilitas	2,452	,022

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
Sumber : Output SPSS versi 23

bebas dan juga variabel terikat. Uji F (simultan) dapat dilihat pada tabel 7 di bawah ini:

$H_0$ : Pada lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas secara simultan tidak memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen

H<sub>a</sub>: Pada lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas secara bersama-sama yang memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka memperoleh hasil F hitung yaitu = 29,573 > F tabel yaitu 2,845 dengan memperoleh signifikan sebesar 0,000 < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Maka memberikan kesimpulan variabel lokasi, variabel kualitas pelayanan, dan variabel fasilitas secara simultan atau bersama-sama memiliki dampak pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen di *Fotocopy* dan *Print FIRA*.

Tabel 7 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	672,941	3	224,314	29,573	,000 <sup>b</sup>
	Residual	273,059	36	7,585		
Total		946,000	39			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Sumber : Output SPSS versi 23

### Koefisien Determinasi

Pengujian ini dilakukan untuk memperoleh suatu pengaruh dengan menjelaskan variasi model pada variabel independen. Hasil koefisien determinasi dari ketiga variabel bebas dapat dilihat pada tabel 8 di bawah ini:

Penjelasan di tabel 8 memperoleh nilai *Adjusted R Square* yaitu 0,687. Dapat disimpulkan variabel kepuasan konsumen bisa memperoleh penjelasan dari variabel lokasi, variabel kualitas pelayanan dan juga variabel fasilitas yang memperoleh nilai sebesar yaitu 68,7% dan sisanya memiliki nilai yaitu 31,3% dapat dinyatakan bahwa nilai sisa tersebut dijelaskan dari variabel lain yang bukan dari penelitian yang teliti.

### PEMBAHASAN

**Variabel Lokasi (X<sub>1</sub>) secara parsial memiliki pengaruh signifikan pada variabel Kepuasan Konsumen (Y).**

Pada hasil uji statistik yang diperoleh pada tabel hasil uji t variabel lokasi memperoleh nilai sebesar t hitung = 2,558 > 2,021, dan juga memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,028 < 0,05 yang berarti bahwa jika H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. bahwa lokasi (X<sub>1</sub>) secara parsial atau individu mendapatkan pengaruh signifikan pada variabel kepuasan konsumen (Y) di *Fotocopy* dan *Print FIRA*.

Menurut penelitian (Lupiyoadi, 2017) mengemukakan bahwa lokasi adalah suatu cara yang dipilih oleh pihak perusahaan atau wirausaha untuk memilih lokasi yang strategis yang bisa menjalankan usahanya dengan sukses yang bisa dijangkau oleh konsumen. Lokasi *Fotocopy* dan *Print FIRA* yang berada di gang, namun konsumen tidak kesusahan dalam menemukan karena ada papan nama besar untuk mempermudah konsumen. Lokasi akses menuju *Fotocopy* dan *Print FIRA* mudah dijangkau walaupun melewati gang, namun jalan menuju *Fotocopy* dan *Print FIRA* tidak rusak atau berlubang. Pemilihan lokasi sangat dipertimbangkan untuk sebuah usaha terutama lingkungan sekitar, *Fotocopy* dan *Print FIRA* berlokasi di samping kampus dan dekat dengan rumah warga sehingga memudahkan mahasiswa dan warga sekitar pada saat membutuhkan jasa *fotocopy* dan *print*.

Pada penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Ismunandar (2020) dengan judul "Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Mahfoed Life Gym, Arta Rutjuhan" yang menyatakan lokasi berpengaruh signifikan pada variabel kepuasan konsumen sedangkan pada variabel lokasi berpengaruh pada variabel kepuasan pelanggan. Maka secara simultan atau bersama-sama terdapat bukti bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan Mahfoed Life Gym. Dapat disimpulkan

Tabel 8 Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,843 <sup>a</sup>	,711	,687

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Lokasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Output SPSS versi 23

bahwa hal ini relevan dengan hasil penelitian di *Fotocopy* dan *Print FIRA* karena subyek penelitian sama-sama bergerak di bidang jasa yang memerlukan lokasi yang strategis untuk kelangsungan bisnisnya dan sebagai pertimbangan konsumen dalam menggunakan jasanya.

**Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara parsial memiliki pengaruh signifikan pada variabel Kepuasan Konsumen (Y).**

Pada penelitian ini untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) hasil uji t secara parsial atau individu memiliki suatu pengaruh signifikan pada variabel kepuasan konsumen (Y). Dapat dilihat dengan hasil uji statistik uji t menyatakan bahwa suatu variabel kualitas pelayanan menghasilkan nilai t hitung sebesar yaitu  $4,854 > t \text{ tabel} = 2,021$  dan juga memperoleh nilai signifikan sebesar yaitu  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa data penjelasan tersebut memiliki arti yaitu bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara parsial atau individu memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel kepuasan konsumen di *Fotocopy* dan *Print FIRA*.

Pada penelitian ini sejalan pada peneliti yang diteliti oleh (Kotler & Armstrong, 2017) mengemukakan bahwa dalam berwirausaha harus memberikan suasana untuk meningkatkan kepuasan karyawan terhadap produk dan jasa yang diperoleh oleh karyawan saat melakukan pembelian. Yang bisa dilakukan adalah dengan memberikan pelayanan yang ramah dan prima kepada konsumen maka akan mengakibatkan omset penjualan dan mampu bersaing di pasar yang bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa pemberian kualitas pelayanan yang baik adalah salah satu harapan konsumen pada saat menggunakan jasa. Dengan kualitas pelayanan di *Fotocopy* dan *Print FIRA* yang sigap, teliti, ramah, dan profesional, dapat menciptakan keunggulan tersendiri dibandingkan dengan pesaing sekitar. *Fotocopy* dan *Print FIRA* mengutamakan kualitas pelayanan sehingga para konsumen diharapkan untuk kedepannya selalu mengalami kepuasan dalam proses pembelian yang nantinya akan melakukan pembelian secara berulang kali yang bisa menjadi konsumen yang loyal.

Pada penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Roring (2018) mengemukakan bahwa suatu variabel kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruh signifikan pada variabel kepuasan konsumen. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan di *Fotocopy* dan *Print FIRA* kualitas pelayanan sangat diutamakan karena berpengaruh dengan kepuasan konsumen. *Fotocopy* dan *Print FIRA* Kediri memberikan pelayanan jasa yang berkualitas, tidak lepas dengan pemberian kualitas pelayanan yang maksimal atau pemberian pelayanan yang prima sehingga para konsumen akan merasa puas dan akan melakukan pembelian secara berulang-ulang yang bisa menjadi konsumen yang loyal.

**Variabel Fasilitas ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Pada variabel fasilitas ( $X_3$ ) secara parsial atau individu memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel kepuasan konsumen (Y). Karena pada hasil uji statistik yang diperoleh di bagian tabel hasil uji t (parsial) mengemukakan bahwa suatu variabel fasilitas dapat memperoleh nilai yaitu t hitung =  $2,452 > t \text{ tabel} = 2,021$  dan juga menghasilkan nilai signifikansi yaitu  $0,022 < 0,05$  maka dapat memiliki arti yaitu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas ( $X_3$ ) secara parsial atau individu memiliki suatu pengaruh yang signifikan pada variabel kepuasan konsumen (Y).

Penelitian ini juga sesuai dengan teori Tjiptono (2017) menyatakan bahwa pemberian fasilitas yang baik dengan penggunaan tata letak atau layout fasilitas yang digunakan mampu memuat para konsumen merasa puas atas jasa yang diberikan penjual kepada pelanggan. Pada penelitian ini di tempat *Fotocopy* dan *Print FIRA* memberikan fasilitas yang nyaman bagi konsumen seperti: tempat duduk yang nyaman, *charger* (USB) untuk menyalin data, lem, bolpoin, dan staples agar konsumen tidak merasa resah dan kebingungan. Dengan menyediakan fasilitas yang diinginkan, akan menimbulkan rasa kepuasan tersendiri dari penjual dan pembeli sehingga mampu menjalin hubungan yang harmonis antara penjual yang mampu memberikan jasa yang diterima oleh para pembeli dengan rasa puas yang nantinya akan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam proses pembelian.

Pada penelitian ini didukung oleh penelitian yang diteliti oleh Rusmadi (2020) yang mengemukakan bahwa variabel fasilitas mampu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Maka pada pernyataan tersebut memperoleh nilai yang bisa dibuktikan t hitung  $11,522$  sedangkan pada poin nilai yang dihasilkan t tabel sebesar  $3,20$ . Sehingga pengaruh pada variabel kualitas pelayanan dan juga variabel fasilitas secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh pada variabel kepuasan konsumen yang memiliki nilai sebesar  $30,2\%$ , dan memperoleh sisa nilai sebesar  $69,8\%$  yang nantinya dari nilai sisa tersebut bisa dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak sedang diteliti. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut memiliki nilai yang relevan dengan hasil penelitian di *Fotocopy* dan *Print FIRA* karena subyek penelitian sama-sama bergerak di



bidang jasa yang memerlukan fasilitas yang lengkap dan sesuai kebutuhan konsumen untuk kelangsungan bisnisnya dan sebagai pertimbangan konsumen memakai jasanya.

**Variabel Lokasi ( $X_1$ ), variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan variabel Fasilitas ( $X_3$ ) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel Kepuasan Konsumen ( $Y$ ).**

Tabel 4.10 diperoleh nilai hitung F hitung = 29,573 < F tabel = 2,845 atau signifikansi sebesar 0,000, yang memiliki nilai probabilitas sebesar yaitu  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat dinyatakan hawa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka bahwa hasil nilai model regresi linier berganda layak digunakan dan variabel lokasi, variabel kualitas pelayanan, dan juga variabel fasilitas secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen di *Fotocopy* dan *Print FIRA*. Dengan menghasilkan nilai koefisien determinasi yaitu sebesar 0,687 yang memiliki hubungan efek pada variabel kepuasan konsumen dengan nilai 68,7% dan juga memiliki nilai sisa yaitu 31,3% yang bisa dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian yang diteliti.

## KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan mengetahui apakah memiliki pengaruh pada variabel lokasi ( $X_1$ ), variabel kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan juga variabel fasilitas ( $X_3$ ) pada variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ) di *Fotocopy* dan *Print FIRA* Kediri. Hasil dari data ini menunjukkan variabel lokasi memiliki pengaruh secara signifikan pada variabel kepuasan konsumen di *Fotocopy* dan *Print FIRA* Kediri yang memiliki nilai yaitu 0,028. Pada variabel kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel kepuasan konsumen di *Fotocopy* dan *Print FIRA* Kediri sebesar 0,000. variabel fasilitas memiliki pengaruh secara signifikan pada variabel kepuasan konsumen di *Fotocopy* dan *Print FIRA* Kediri yang memiliki nilai yaitu 0,022. Maka lokasi, kualitas pelayanan, dan fasilitas mempunyai pengaruh secara signifikan pada variabel kepuasan konsumen di *Fotocopy* dan *Print FIRA* Kediri yang memiliki nilai yaitu 68,7%. Dengan hasil dari penelitian ini penulis memberikan informasi bahwasanya penelitian ini dapat sebagai referensi dan perbandingan yang menarik konsumen yang sesuai dengan minat pasar. Penulis mengharapkan untuk peneliti nantinya memilih variabel terbaru atau variabel yang berbeda populasi yang berbeda, sampel yang berbeda yang nantinya akan memperoleh data yang berbeda pula yang bisa dilakukan perbandingan yang bisa digeneralisasikan.

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] A. Rutjuhan and I. Ismunandar, "Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahfoed Life Gym," *Pamator J.*, vol. 13, no. 1, 2020, doi: 10.21107/pamator.v13i1.7015.
- [2] U. G. Hariaji and S. Iriyanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Warung Kopi Srintil Di Temanggung)," *Unimus*, vol. 15, no. 2, 2019.
- [3] Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25," *Forum Ilm. Pendidik. Akunt. Univ. PGRI Madiun*, vol. 6, no. 2, 2018.
- [4] R. dan A. H. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- [5] P. Kotler and G. Armstrong, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rokok MILD," *J. Ecodemica J. Ekon. Manajemen, dan Bisnis*, 2014.
- [6] D. Pantilu, R. A. M. Koleangan, and F. Roring, "KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG BENDITO KAWASAN MEGAMAS MANADO THE EFFECT OF SERVICE QUALITY , PRICE AND FACILITIES ON CUSTOMER SATISFACTION IN BENDITO KAWASAN MEGAMAS MANADO Oleh :," *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan Pelangg. pada Warunk Bendito Kaw. Megamas Manad.*, vol. 6, no. 4, 2018.
- [7] F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. 2017.
- [8] R. Rusmadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Fasilitas Terhadap Kepuasan Taruna Pada Akademi Maritim Cirebon (Studi Kasus Pada Taruna Akademi Maritim Cirebon)," *Syntax Lit. ; J. Ilm. Indones.*, vol. 5, no. 6, 2020, doi: 10.36418/syntax-literature.v5i6.1332.