

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI PRODUK, LOKASI, DAN PELAYANAN PADA CADAS SCREEN PRINTING

Oktafurreza Putri Ariani^{1*}, Edy Djoko Soeprajitno²

^{1),2)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur

oktafurreza@gmail.com*

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 26/06/2026

Tanggal Revisi : 04/07/2026

Tanggal Diterima : 14/07/2026

Abstract

This study aims to examine the effect of product quality, location, and service quality on consumer satisfaction at Cadas Screen Printing Nganjuk. The study was conducted due to the increasing competition among local screen-printing businesses, requiring business owners to better understand factors that influence consumer satisfaction. A quantitative approach with a causal associative design was applied in this research. Data were obtained through questionnaires distributed to consumers who had previously used the services of Cadas Screen Printing. The collected data were analyzed using instrument testing and multiple linear regression analysis. The findings indicate that the research instruments fulfilled the validity and reliability criteria and were appropriate for further analysis. The novelty of this study lies in integrating three determinants simultaneously within the local screen-printing industry context to evaluate consumer satisfaction.

Keywords: Consumer Satisfaction, Product Quality, Location, Service Quality, Local Business

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas produk, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha Cadas Screen Printing Nganjuk. Penelitian dilakukan karena tingginya persaingan usaha sablon lokal yang menuntut pelaku usaha untuk lebih memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa Cadas Screen Printing. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan uji instrumen dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan telah memenuhi kriteria valid dan reliabel sehingga layak digunakan dalam proses analisis. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian secara bersamaan antara kualitas produk, lokasi, dan kualitas pelayanan dalam konteks usaha sablon lokal terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Usaha Lokal

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor bisnis di era sekarang menunjukkan pertumbuhan yang semakin aktif sejalan dengan inovasi teknologi dan peningkatan kompetisi di pasar. Hal ini membawa perubahan dalam cara konsumen membuat keputusan pembelian. Kini, konsumen tidak hanya fokus pada harga, tetapi juga mulai memperhatikan standar produk, aksesibilitas lokasi, serta mutu layanan yang tersedia. Kondisi ini memacu para pelaku bisnis untuk terus memperbaiki kualitas usaha demi bisa memenuhi ekspektasi konsumen dan menjaga daya saing di pasar [1].

Salah satu bidang yang mengalami pertumbuhan yang cukup berarti adalah usaha sablon dan cetak. Di Kabupaten Nganjuk, pertumbuhan bisnis di bidang ini terlihat dari semakin banyaknya pelaku usaha yang menawarkan layanan serupa, seperti sablon kaos, pembuatan seragam, serta jasa cetak untuk keperluan promosi. Banyaknya pesaing yang semakin bertambah membuat konsumen memiliki lebih banyak pilihan dalam memilih jasa yang akan digunakan. Karena itu, para pelaku usaha harus memahami berbagai faktor yang bisa membuat kepuasan konsumen meningkat, agar bisa mempertahankan pelanggan dan memperkuat letak bisnis mereka di tengah persaingan yang ketat [2].

Kepuasan pelanggan adalah salah satu tanda berhasilnya bisnis karena berkaitan dengan cara pelanggan menilai produk dan layanan yang mereka terima. Menurut prinsip pemasaran, kepuasan tercipta ketika pengalaman yang dirasakan oleh pembeli sesuai atau bahkan lebih baik daripada apa yang mereka harapkan sebelumnya [3]. Kepuasan tersebut dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti mutu produk, tempat, dan layanan yang diberikan. Kualitas produk menunjukkan seberapa baik produk bisa memenuhi kebutuhan pelanggan, lokasi

berkaitan dengan mudahnya akses ke usaha tersebut, sedangkan kualitas pelayanan menunjukkan kemampuan pelaku usaha dalam memberikan pengalaman yang baik kepada pelanggan [4].

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas produk memengaruhi tingkat kepuasan konsumen karena konsumen biasanya menilai manfaat yang diperoleh dari produk yang digunakan [5]. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa pelayanan yang baik bisa membuat pengalaman yang baik, sehingga membuat pelanggan lebih puas [6]. Selain itu, lokasi yang mudah diakses membuat konsumen merasa nyaman dan berdampak pada tingkat kepuasan mereka terhadap usaha tersebut [7].

Namun, penelitian sebelumnya tetap menunjukkan adanya perbedaan dalam temuan terkait faktor utama yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Beberapa penelitian menganggap kualitas produk sebagai hal utama, tetapi ada penelitian lain yang menemukan bahwa kualitas pelayanan serta lokasi lebih berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya difokuskan pada bidang kuliner, perdagangan, dan jasa umum, sedangkan penelitian terkait usaha sablon lokal masih tergolong sedikit. Kondisi itu menunjukkan adanya celah dalam penelitian yang masih perlu diteliti lebih lanjut.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana kualitas produk, lokasi bisnis, dan kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat kepuasan para pelanggan pada usaha Cadas Screen Printing Nganjuk. Penelitian ini unik karena menguji ketiga variabel sekaligus dalam konteks usaha sablon lokal, yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya. Hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu para pengusaha meningkatkan kepuasan pelanggan dan juga memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran.

METODE

Penelitian ini mengimplementasikan metode kuantitatif dengan tipe penelitian asosiatif kausal. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji hubungan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganalisis data yang berbentuk angka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen, dengan mempertimbangkan aspek kualitas produk, lokasi usaha, serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh Cadas Screen Printing Nganjuk.

Model penelitian ini membahas hubungan antara tiga faktor yang tidak tergantung, yaitu kualitas produk (X_1), lokasi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3), terhadap satu faktor yang dipengaruhi, yaitu tingkat kepuasan konsumen (Y). Model tersebut dibuat dengan menganggap bahwa kepuasan pelanggan bisa dipengaruhi oleh kemampuan usaha dalam memberikan produk yang baik, lokasi usaha yang memudahkan akses konsumen, serta pelayanan yang memenuhi harapan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini mengecek dampak dari setiap variabel secara terpisah maupun bersamaan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Populasi dalam penelitian ini mencakup semua konsumen yang pernah menggunakan jasa yang ditawarkan oleh Cadas Screen Printing Nganjuk. Karena jumlah populasi belum diketahui secara pasti, maka penentuan sampel dilakukan dengan teknik pengambilan sampel non-probability yang menggunakan metode purposive sampling. Teknik ini diterapkan dengan melihat beberapa kriteria agar peserta penelitian sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa Cadas Screen Printing sebelumnya dan bersedia mengisi kuesioner yang disediakan.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dengan skala Likert lima tingkat, yang digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap setiap variabel yang diteliti. Skala yang digunakan mencakup opsi dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Sebelum digunakan untuk mengumpulkan data, alat penelitian harus diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas agar bisa mengukur variabel secara tepat dan konsisten.

Teknik mengumpulkan data dilakukan dengan memberikan kuesioner secara langsung kepada para responden yang sudah memenuhi syarat penelitian. Selain data primer yang didapat dari kuesioner, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang berasal dari buku, jurnal ilmiah, serta berkas-berkas pendukung yang terkait dengan penelitian tersebut.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 25. Proses analisis dimulai dengan pengujian alat yang mencakup pengujian validitas dan reliabilitas, kemudian dilanjutkan dengan pengujian asumsi klasik yang meliputi pengujian normalitas, pengujian multikolinearitas, serta pengujian heteroskedastisitas. Setelah semua asumsi terpenuhi, analisis dilanjutkan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui dampak dari kualitas produk, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Selanjutnya dilakukan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara individu, uji F untuk mengetahui pengaruh bersama-sama dari beberapa variabel, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa baik variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari kualitas produk (X1), lokasi (X2), kualitas layanan (X3), dan kepuasan pelanggan (Y). Analisis deskriptif dilakukan untuk menunjukkan reaksi responden terhadap masing-masing variabel berdasarkan hasil distribusi kuesioner kepada konsumen Cadas Screen Printing Nganjuk.

Dari analisis yang dilakukan, terlihat bahwa secara keseluruhan responden memberikan tanggapan yang positif mengenai semua variabel yang diteliti. Sebagian besar responden memilih kategori setuju dan sangat setuju, yang mengindikasikan bahwa konsumen memiliki pandangan yang baik terhadap kualitas produk, lokasi bisnis, serta pelayanan yang ditawarkan oleh Cadas Screen Printing.

Mengenai variabel kualitas produk (X1), mayoritas responden memberikan penilaian yang baik terhadap mutu hasil sablon yang diterima. Konsumen menilai bahwa produk yang dihasilkan sudah memenuhi harapan mereka, baik dari segi hasil cetak, daya tahan, maupun kesesuaian dengan pesanan. Dominasi jawaban setuju menandakan bahwa kualitas produk menjadi salah satu elemen penting yang dipertimbangkan konsumen dalam membangun kepuasan.

Pada variabel lokasi (X2), sebagian besar responden memberikan feedback yang positif terkait dengan kemudahan akses menuju tempat usaha. Mereka menilai lokasi Cadas Screen Printing relatif mudah diakses dan berkontribusi pada kenyamanan konsumen saat melakukan pemesanan maupun pengambilan barang.

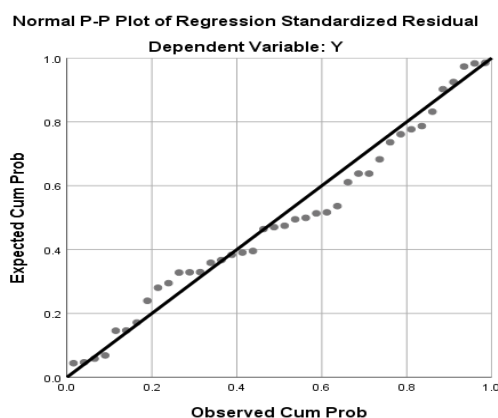
Kemudian, pada variabel kualitas pelayanan (X3), mayoritas responden juga memiliki pandangan positif. Konsumen merasa bahwa pelayanan yang mereka terima cukup responsif, komunikatif, dan mampu memberikan informasi yang jelas sepanjang proses transaksi.

Di sisi lain, pada variabel kepuasan konsumen (Y), mayoritas responden menunjukkan penilaian yang baik, yang menunjukkan bahwa para konsumen merasa cukup puas dengan pengalaman mereka menggunakan layanan Cadas Screen Printing.

Berdasarkan analisis deskriptif secara keseluruhan, dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel mendapatkan respons yang positif dari para konsumen. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas produk, lokasi, dan standar pelayanan memiliki peranan yang signifikan dalam menciptakan kepuasan konsumen di usaha Cadas Screen Printing Nganjuk.

Uji Asumsi Klasik

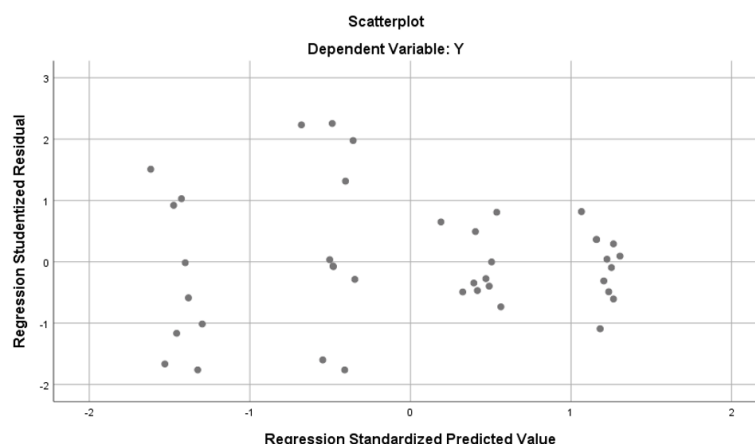
Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi statistik sehingga hasil analisis dapat digunakan secara tepat. Pengujian yang dilakukan meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.



Sumber: Output SPSS, 2025

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Probability Plots

Berdasarkan Gambar 4.1 hasil uji Normal Probability Plot, dapat diketahui bahwa data yang dianalisis telah berdistribusi normal. Hal ini terlihat dari penyebaran titik-titik data yang berada di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis tersebut. Pola penyebaran yang demikian menunjukkan bahwa tidak terjadi penyimpangan dari asumsi normalitas, sehingga model regresi dalam penelitian ini dapat dinyatakan telah memenuhi asumsi normalitas dan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.



Sumber: Output SPSS, 2025

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Untuk menunjukkan bahwa model regresi bebas dari gejala heteroskedastisitas, dapat diperhatikan pada Gambar 3 bahwa titik-titik data tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Penyebaran tersebut bersifat acak dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1.207	1.305	
	X1	.192	.192	.185
	X2	.251	.185	.233
	X3	.582	.180	.569

Sumber: output SPSS, 2025

$$Y = 1,207 + 0,192 X1 + 0,251 X2 + 0,582 X3 + e$$

Nilai konstanta sebesar 1,207 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas produk (X1), lokasi (X2), dan kualitas pelayanan (X3) dianggap bernilai 0 atau tidak mengalami perubahan, maka nilai kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 1,207. Hal ini menggambarkan tingkat kepuasan dasar yang sudah ada pada konsumen tanpa dipengaruhi oleh ketiga variabel independen tersebut.

Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,192 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,192 satuan, dengan asumsi variabel lokasi (X2) dan kualitas pelayanan (X3) dianggap konstan. Hal ini berarti kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, sehingga semakin baik kualitas produk yang dihasilkan oleh usaha Sablon Cadas Screen Printing Nganjuk, maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

Koefisien regresi lokasi sebesar 0,251 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas lokasi sebesar 1 satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,251 satuan, dengan asumsi variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X3) tetap. Hal ini mengindikasikan bahwa lokasi usaha yang strategis, mudah dijangkau, dan nyaman akan memberikan dampak positif terhadap meningkatnya kepuasan konsumen.

Variabel kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,582. Artinya, setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,582 satuan, dengan asumsi

variabel kualitas produk (X1) dan lokasi (X2) konstan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling besar dibandingkan variabel lainnya, sehingga semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen pada usaha Sablon Cadas Screen Printing Nganjuk.

Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada penelitian "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Kualitas Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan pada Usaha Sablon Cadas Screen Printing Nganjuk", diperoleh nilai R sebesar 0,980 yang menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel independen (kualitas produk, lokasi, dan kualitas pelayanan) dengan kepuasan konsumen. Nilai R Square sebesar 0,961 menunjukkan bahwa sebesar 96,1% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam model penelitian ini, sedangkan sisanya sebesar 3,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Selanjutnya, nilai Adjusted R Square sebesar 0,957 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan sampel, kemampuan model dalam menjelaskan variasi kepuasan konsumen tetap sangat tinggi. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini memiliki tingkat ketepatan yang sangat baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen terhadap kepuasan konsumen.

Uji Hipotesis

Untuk memahami apakah variabel kualitas produk (X1), lokasi (X2), dan kualitas pelayanan (X3) mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) baik secara terpisah maupun secara bersamaan, penelitian ini melakukan pengujian hipotesis. Dalam pengujian hipotesis, digunakan uji t untuk mengevaluasi dampak dari setiap variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen, serta uji F untuk menilai pengaruh secara kolektif dengan tingkat signifikansi (α) ditetapkan sebesar 0,05.

Tabel 2. Hasil Uji t

Variabel	t hitung	Sig.
Kualitas Produk(X1)	2.925	.004
Lokasi (X2)	2.400	.018
Kualitas Pelayanan (X3)	2.953	.004
X1, X2, X3 (Uji Simultan)	6.467	.000

Sumber: *output* SPSS, 2025

Pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat dari hasil uji yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,925 dan tingkat signifikansi sebesar 0,004. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas produk berdampak positif dan penting terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas hasil sablon yang diberikan, seperti ketahanan produk, kesesuaian desain, dan hasil akhir yang diterima konsumen, maka tingkat kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas produk adalah salah satu hal penting yang memengaruhi cara konsumen menilai produk atau jasa yang mereka terima [8].

Variabel lokasi (X2) juga menunjukkan pengaruh yang positif dan nyata. Nilai t hitung yang diperoleh adalah 2.400 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,018. Karena nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa tempat atau lokasi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Kemudahan dalam mencapai lokasi usaha, kenyamanan lingkungan sekitar, serta kesederhanaan dalam proses pemesanan menjadi faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menilai tingkat kepuasan setelah menggunakan jasa Cadas Screen Printing. Temuan ini mendukung gagasan bahwa lokasi yang tepat bisa membuat konsumen lebih nyaman dan merasa lebih baik saat mendapatkan layanan [9].

Variabel kualitas pelayanan (X3) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang baik dan penting terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung yang mencapai 2,953 dan tingkat signifikansi sebesar 0,004. Karena nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan saat proses transaksi berhasil membentuk persepsi dan tingkat kepuasan konsumen. Pelayanan yang cepat respons, kemampuan menyampaikan informasi dengan jelas, serta keakuratan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan menjadi faktor yang meningkatkan kepuasan konsumen terhadap usaha Cadas Screen Printing [10].

Berdasarkan hasil uji F pada penelitian “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Kualitas Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan pada Usaha Sablon Cadas Screen Printing Nganjuk”, diperoleh nilai Fhitung sebesar 292,903 dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel dan tingkat signifikansinya lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1), lokasi (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak dan seluruh variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Sablon Cadas Screen Printing Nganjuk.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel kualitas produk berdampak terhadap tingkat kepuasan konsumen di usaha Cadas Screen Printing Nganjuk. Hasil itu menunjukkan bahwa konsumen memperhatikan kualitas hasil sablon sebagai salah satu hal penting dalam menilai kepuasan setelah menggunakan jasa tersebut.

Secara nyata, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memperhatikan hasil akhir dari produk yang diterima, tetapi juga mengevaluasi desain yang sesuai, kualitas bahan yang digunakan, ketahanan hasil sablon, serta kemampuan produk dalam memenuhi harapan konsumen. Semakin bagus produk yang diberikan, semakin besar kemungkinan pelanggan merasa senang dengan pelayanan yang diterima.

Temuan penelitian ini sesuai dengan teori pemasaran yang mengatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan produk untuk berfungsi dengan baik, sehingga bisa memberikan nilai dan rasa puas kepada para pembeli [11]. Dalam bisnis sablon, kualitas produk sangat penting karena pembeli biasanya menilai berdasarkan pengalaman menggunakan produk secara langsung.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas produk berdampak positif pada kepuasan konsumen, seperti yang telah disampaikan dalam penelitian sebelumnya [12]. Dengan demikian, meningkatkan kualitas hasil sablon bisa menjadi prioritas utama yang diutamakan oleh Cadas Screen Printing agar tetap memuaskan pelanggan.

Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis, variabel lokasi memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan dalam mencapai lokasi usaha menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam menggunakan jasa Cadas Screen Printing.

Interpretasi hasil tersebut menunjukkan bahwa lokasi yang mudah dijangkau bisa memberikan rasa nyaman saat proses pemesanan serta pengambilan produk dilakukan. Konsumen biasanya memilih usaha yang bisa menghemat waktu dan memudahkan proses belanja daripada tempat yang susah dicari atau tidak nyaman untuk berbelanja.

Secara teori, lokasi bisa memengaruhi keputusan dan pengalaman konsumen karena berkaitan dengan rasa nyaman dalam mendapatkan produk atau layanan [13]. Dalam usaha sablon, lokasi yang tepat dapat memberikan keuntungan karena banyaknya usaha sejenis yang semakin bertambah.

Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa lokasi turut memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan [14]. Maka itu, para pengusaha harus memperhatikan faktor kemudahan akses dan kenyamanan lokasi sebagai bagian dari upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian, terlihat bahwa kualitas pelayanan memengaruhi tingkat kepuasan konsumen di Cadas Screen Printing Nganjuk. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman konsumen dalam melayani mereka saat proses transaksi memengaruhi bagaimana mereka menilai usaha tersebut. Interpretasi hasil menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memperhatikan kualitas hasil sablon, tetapi juga menilai bagaimana pengusaha merespons, berkomunikasi, tepat waktu, serta mampu memenuhi kebutuhan konsumen selama proses pemesanan.

Menurut teori kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan tercipta ketika layanan yang diberikan sesuai atau bahkan lebih baik dari yang diharapkan oleh pelanggan [15]. Dalam bisnis sablon, pelayanan yang baik bisa membuat pelanggan merasa senang dan lebih mudah untuk kembali menggunakan jasa tersebut.

Temuan ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berdampak positif pada kepuasan konsumen [16]. Oleh karena itu, meningkatkan kualitas interaksi dan pelayanan menjadi salah satu cara penting untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji bersama, kualitas produk, lokasi usaha, dan tingkat pelayanan secara bersama-sama memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada usaha Cadas Screen Printing Nganjuk.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak muncul hanya dari satu hal saja, melainkan hasil dari kombinasi beberapa faktor, seperti kualitas layanan yang diterima, kemudahan dalam mendapatkan layanan, serta pengalaman yang didapat selama proses transaksi. Ketiga variabel tersebut bekerja bersama-sama dalam membentuk cara konsumen memahami usaha tersebut.

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Cadas Screen Printing tidak cukup hanya memperhatikan kualitas produk sablon saja, tetapi juga harus memastikan akses yang mudah dan layanan yang baik agar bisa menjaga kepuasan pelanggan di tengah persaingan bisnis sablon di Kabupaten Nganjuk.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi dampak dari kualitas produk, lokasi, dan kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di usaha Cadas Screen Printing Nganjuk. Dari analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas produk, keberadaan lokasi, dan kualitas layanan memiliki kontribusi dalam membangun kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk yang diterima, tetapi juga oleh kemudahan akses menuju lokasi usaha serta kualitas layanan yang diberikan selama transaksi. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk mengenali faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sudah berhasil dicapai.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pemeriksaan sekaligus antara kualitas produk, lokasi, dan kualitas layanan dalam konteks usaha sablon lokal, terutama pada Cadas Screen Printing Nganjuk, yang masih jarang diteliti sebelumnya. Penelitian ini memberikan wawasan bahwa di dalam industri jasa sablon, kepuasan pelanggan tercipta melalui kombinasi kualitas hasil produksi, kemudahan dalam mendapatkan layanan, serta pengalaman pelayanan yang dialami oleh pelanggan.

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini bisa menjadi acuan bagi pelaku usaha untuk merancang strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperkuat kualitas produk, memaksimalkan kenyamanan lokasi, serta meningkatkan kualitas layanan agar dapat menjaga daya saing usaha. Dari sisi teoritis, studi ini diharapkan bisa memperluas kajian dalam manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan perilaku dan kepuasan pelanggan di sektor usaha jasa yang bersifat lokal.

Penelitian ini masih ada kekurangan karena hanya melibatkan tiga variabel independen dan dilakukan pada satu objek saja. Oleh karena itu, penelitian berikutnya sebaiknya menambahkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga, promosi, loyalitas pelanggan, atau citra merek, serta memperluas objek penelitian dan jumlah orang yang diwawancarai agar dapat diperoleh hasil yang lebih lengkap dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler P, Keller KL, Chernev A. *Marketing Management*. 16th ed. Harlow: Pearson Education Limited; 2022.
- [2] Kotler P, Armstrong G, Opresnik MO. *Principles of Marketing*. 18th ed. Harlow: Pearson Education Limited; 2021.
- [3] Tjiptono F. *Strategi Pemasaran*. 5th ed. Yogyakarta: Andi Offset; 2020.
- [4] Lupiyoadi R. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. 4th ed. Jakarta: Salemba Empat; 2018.
- [5] Sugiyono S. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta; 2019.
- [6] Ghozali I. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro; 2018.
- [7] Tjiptono F, Chandra G. *Service, Quality and Satisfaction*. 5th ed. Yogyakarta: Andi Offset; 2019.
- [8] Priansa DJ. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta; 2017.
- [9] Alma B. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta; 2018.
- [10] Jayanto P, Arianto N. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JCO Donut & Coffee Mall Puri Indah. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis* 2024;1:438–48.
- [11] Magdalena M, Purnomo H. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2024;11:55–66.

- [12] Suparianto E, Hidayat R, Wibowo A. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 2021;9:45–53.
- [13] Masnun S, Makhdalena M, Syabrus H. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 2024;7:3736–40. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>.
- [14] Prasetyo B, Lina M. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers; 2020.
- [15] Sunyoto D. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS; 2019.
- [16] Firmansyah MA. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish; 2019.