

DOI: <https://doi.org/10.70285/twe7ha38>

Pengaruh Tempat dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Grosir Bhakti Karya Bedahan Kota Depok

Safitri Rumatoras^{1*}, Senen²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang^{1,2}
rumatorassafitri@gmail.com^{1*}, dosen01888@unpam.ac.id²

Manuskrip :

Received 04/02/2026 | Revised 08/02/2026 | Accepted 12/02/2026

Publish : February 2026

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tempat dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Grosir Bhakti Karya Bedahan, Depok. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya kepuasan pelanggan dalam meningkatkan daya saing usaha ritel, khususnya pada bisnis grosir yang melayani kebutuhan sehari-hari masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Toko Grosir Bhakti Karya, dengan jumlah sampel sebanyak 95 responden yang ditentukan menggunakan teknik sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert. Analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana dan berganda, serta uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($13,825 > 1,98$) dan kontribusi sebesar 67,3%. Variabel kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,856 > 1,98$) dan kontribusi sebesar 60,2%. Secara simultan, tempat dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($117,082 > 3,10$) serta kontribusi sebesar 71,2%. Simpulan penelitian ini adalah bahwa peningkatan kualitas tempat dan pelayanan secara bersama-sama dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan ; Tempat ; Kualitas Pelayanan

Abstract

This study aims to analyze the effect of location and service quality on customer satisfaction at Bhakti Karya Wholesale Store Bedahan, Depok. The background of this study is based on the importance of customer satisfaction in increasing competitiveness in the retail business sector, especially wholesale businesses that serve daily consumer needs. The research method used is quantitative with descriptive and associative approaches. The population in this study consisted of all customers of Bhakti Karya Wholesale Store, with a sample of 95 respondents determined using sampling techniques. Data collection was carried out through questionnaires using a Likert scale. The data analysis techniques included validity testing, reliability testing, classical assumption testing, simple and multiple linear regression analysis, and hypothesis testing using t-test and F-test. The results showed that partially the location variable had a positive and significant effect on customer satisfaction with $t_{count} > t_{table}$ ($13.825 > 1.98$) and a contribution of 67.3%. The service quality variable also had a positive and significant effect on customer satisfaction with $t_{count} > t_{table}$ ($11.856 > 1.98$) and a contribution of 60.2%. Simultaneously, location and service quality had a significant effect on customer satisfaction with $F_{count} > F_{table}$ ($117.082 > 3.10$) and a contribution of 71.2%. The conclusion of this study is that improving location and service quality simultaneously can significantly increase customer satisfaction.

Key Word : Customer Satisfaction ; Location ; Service Quality

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu usaha, khususnya pada sektor ritel. Perusahaan dituntut untuk mampu memberikan nilai lebih kepada pelanggan agar dapat mempertahankan eksistensi dan bersaing dengan kompetitor. Toko Grosir Bhakti Karya Bedahan sebagai salah satu usaha ritel yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari berupaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan melalui penyediaan produk yang beragam dan pelayanan yang optimal. Namun demikian, dalam praktiknya masih terdapat tantangan dalam mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang maksimal.

Perkembangan bisnis ritel, terutama pada sektor grosir sembako, menuntut adanya manajemen pemasaran yang efektif. Pemasaran memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan akan berdampak langsung terhadap loyalitas dan keberlangsungan usaha. Apabila pelanggan tidak merasa puas, maka perusahaan berpotensi mengalami penurunan pendapatan bahkan kehilangan pelanggan. Menurut Priansa (2020), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan secara tepat.

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 responden, diketahui bahwa masih terdapat pelanggan yang merasa kurang puas terhadap Toko Grosir Bhakti Karya Bedahan. Hal ini terlihat dari adanya responden yang menyatakan ketidakpuasan terhadap aspek kepercayaan, kesukaan, citra toko, serta keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan belum optimal dan perlu adanya evaluasi lebih lanjut. Selain itu, data jumlah pelanggan selama periode 2020 hingga 2024 menunjukkan adanya fluktuasi yang cenderung mengalami penurunan pada beberapa tahun tertentu. Penurunan jumlah pelanggan ini mengindikasikan adanya permasalahan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan.

Fenomena lain yang memperkuat adanya permasalahan kepuasan pelanggan adalah belum tercapainya target pendapatan perusahaan dalam beberapa tahun terakhir. Meskipun pendapatan mengalami peningkatan, namun realisasinya masih berada di bawah target yang ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu melakukan perbaikan strategi, khususnya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai salah satu faktor utama peningkatan kinerja penjualan.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi kepuasan pelanggan adalah tempat atau lokasi usaha. Menurut Swastha (2020), tempat merupakan lokasi di mana aktivitas usaha dilakukan, sedangkan Lupiyadi (2020) menyatakan bahwa tempat berkaitan dengan keputusan perusahaan dalam menentukan lokasi operasional yang strategis. Lokasi yang mudah dijangkau, memiliki visibilitas yang baik, serta didukung fasilitas seperti area parkir yang memadai akan memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa masih terdapat kekurangan pada aspek lokasi, seperti keterbatasan area parkir, luas toko, serta lingkungan sekitar yang kurang mendukung.

Selain lokasi, kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Arianto (2021), kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan secara tepat dan akurat. Sementara itu, Tjiptono dalam Indrasari (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta lingkungan yang mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas, serta keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Berdasarkan hasil pra-survei, kualitas pelayanan di Toko Grosir Bhakti Karya Bedahan tergolong cukup baik, namun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti kerapian fasilitas, kecepatan pelayanan, dan ketepatan dalam melayani pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh tempat dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Grosir Bhakti Karya Bedahan, Depok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh masing-masing variabel tersebut, baik secara parsial maupun simultan, terhadap kepuasan pelanggan

sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan dan strategi pemasaran yang lebih efektif.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis hubungan serta pengaruh antara variabel tempat dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengujian hipotesis melalui data numerik yang dianalisis secara statistik, sehingga dapat memberikan hasil yang objektif dan terukur dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Toko Grosir Bhakti Karya Bedahan, Depok, yang berjumlah 2.000 pelanggan. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling, yaitu responden yang pernah melakukan pembelian di toko tersebut. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, sehingga diperoleh sebanyak 95 responden sebagai sampel penelitian yang dianggap representatif.

Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden, wawancara, serta observasi di lokasi penelitian. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen perusahaan, laporan internal, serta literatur berupa buku dan jurnal ilmiah yang relevan dengan penelitian. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima poin untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel yang diteliti, yaitu tempat, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu observasi langsung terhadap kondisi toko, wawancara dengan pihak terkait, penyebaran kuesioner kepada pelanggan, serta studi kepustakaan untuk memperkuat landasan teori. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu tempat (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2), serta variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Indikator variabel tempat meliputi akses, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, dan lingkungan, sedangkan kualitas pelayanan diukur melalui dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan aspek kognitif, afektif, dan konatif.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta distribusi jawaban terhadap masing-masing variabel. Selanjutnya, dilakukan uji instrumen yang meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan layak dan konsisten. Setelah itu dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas guna memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi statistik.

Tahap berikutnya adalah analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel tempat dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan uji F untuk mengetahui pengaruh secara simultan dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Selain itu, koefisien determinasi (Adjusted R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil pelanggan Toko Grosir Bhakti Karya Bedahan, Depok. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 95 orang pelanggan yang dipilih sebagai sampel. Identifikasi karakteristik responden dilakukan berdasarkan jenis kelamin dan usia, karena kedua aspek tersebut dinilai mampu merepresentasikan perilaku konsumen dalam berbelanja serta tingkat kepuasan yang dirasakan.

Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki peran dominan dalam aktivitas belanja kebutuhan

sehari-hari, terutama dalam konteks toko grosir dan eceran. Kondisi ini sejalan dengan fenomena umum di masyarakat bahwa perempuan seringkali bertanggung jawab dalam pengelolaan kebutuhan rumah tangga.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	34	36%
2	Perempuan	61	64%
Total	95	100%	

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Selain itu, berdasarkan usia responden, mayoritas pelanggan berada pada rentang usia 31-40 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok usia dewasa produktif merupakan segmen utama pelanggan Toko Grosir Bhakti Karya Bedahan. Kelompok usia ini umumnya memiliki kebutuhan rumah tangga yang stabil serta daya beli yang relatif baik.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20 Tahun	10	11%
2	21-30 Tahun	17	18%
3	31-40 Tahun	49	52%
4	41-50 Tahun	11	12%
5	> 50 Tahun	8	8%
Total	95	100%	

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga variabel utama yaitu kepuasan pelanggan (Y), tempat (X1), dan kualitas pelayanan (X2). Pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai 5. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai rata-rata masing-masing variabel yang menunjukkan persepsi responden terhadap kondisi yang ada di Toko Grosir Bhakti Karya Bedahan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai rata-rata sebesar 3,95 yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum pelanggan merasa puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan. Namun demikian, terdapat beberapa aspek yang masih perlu ditingkatkan, seperti pengetahuan pelanggan terhadap produk.

Tabel 3. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Indikator	Rata-rata	Kategori
1	Kognitif	3,85	Baik
2	Afektif	3,90	Baik
3	Konatif	4,00	Baik
Rata-rata Total		3,95	Baik

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Selanjutnya, variabel tempat (X1) memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,01 yang juga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi, aksesibilitas, visibilitas, serta fasilitas pendukung seperti parkir dinilai sudah memadai oleh pelanggan. Meskipun demikian, aspek parkir dan potensi ekspansi masih menjadi perhatian untuk ditingkatkan.

Tabel 4. Deskripsi Variabel Tempat (X1)

No	Indikator	Rata-rata	Kategori
1	Akses	4,00	Baik
2	Visibilitas	4,15	Baik
3	Parkir	3,99	Baik
4	Ekspansi	3,96	Baik
5	Lingkungan	3,95	Baik
Rata-rata Total		4,01	Baik

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Sementara itu, variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,94 yang juga berada dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan karyawan sudah memenuhi harapan pelanggan, terutama dalam hal keramahan dan keandalan. Namun, aspek empati seperti penyesuaian jam operasional masih perlu diperhatikan.

Tabel 5. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No	Indikator	Rata-rata	Kategori
1	Tangible	4,09	Baik
2	Reliability	4,03	Baik
3	Responsiveness	3,85	Baik
4	Assurance	3,91	Baik
5	Empathy	3,78	Baik
Rata-rata Total		3,94	Baik

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel. Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan pada variabel penelitian memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,201), sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur variabel penelitian.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0,878	Reliabel
Tempat	0,938	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,811	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji t , diketahui bahwa variabel tempat (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, hasil uji F menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara simultan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara lokasi yang strategis dan pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	t hitung	Sig	Keterangan
Tempat	13,825	0,000	Signifikan
Kualitas Pelayanan	11,856	0,000	Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

PEMBAHASAN

Pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk menginterpretasikan hasil penelitian yang telah diperoleh, serta mengaitkannya dengan teori dan hasil penelitian terdahulu. Fokus pembahasan meliputi pengaruh variabel tempat (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Grosir Bhakti Karya Bedahan, Depok.

Pengaruh Tempat (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil analisis statistik, variabel tempat (X1) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian,

hipotesis yang diajukan dapat diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik lokasi usaha yang dimiliki, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Lokasi yang strategis, mudah dijangkau, memiliki visibilitas yang baik, serta didukung oleh fasilitas seperti area parkir yang memadai akan memberikan kenyamanan bagi pelanggan dalam berbelanja.

Menurut Kotler dan Keller (2016), lokasi merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang tepat akan memberikan kemudahan akses bagi konsumen sehingga meningkatkan peluang terjadinya transaksi. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa indikator tempat parkir dan ekspansi masih memiliki nilai rata-rata yang lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun secara umum lokasi sudah baik, namun masih diperlukan perbaikan dalam hal penyediaan lahan parkir yang lebih luas dan perencanaan pengembangan usaha. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Maharani dan Wijaya (2024). Penelitian tersebut menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga didukung oleh Kaharuddin, dkk (2022). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tempat memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang cepat, ramah, akurat, serta mampu memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi utama yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Kelima dimensi tersebut menjadi dasar dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dalam penelitian ini, seluruh dimensi kualitas pelayanan berada dalam kategori baik. Namun, dimensi empati memiliki nilai rata-rata paling rendah, khususnya terkait dengan jam operasional toko yang dirasa belum sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu lebih memahami kebutuhan pelanggan, terutama dalam hal fleksibilitas waktu pelayanan. Penyesuaian jam operasional dapat menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Nasution dan Senen (2024). Penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga didukung oleh Aliyah, Irda, dan Utami (2021). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan berdampak langsung pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Tempat (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diketahui bahwa variabel tempat (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebesar 71,2% variasi kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor tempat dan kualitas pelayanan.

Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil dari kombinasi berbagai faktor yang saling berkaitan. Lokasi yang strategis akan menarik pelanggan untuk datang, sedangkan kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan merasa nyaman dan puas. Menurut Tjiptono (2019), kepuasan pelanggan merupakan respon emosional yang muncul setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja yang dirasakan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memenuhi harapan pelanggan melalui berbagai aspek, termasuk lokasi dan pelayanan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Kaharuddin, dkk (2022). Penelitian tersebut menyatakan bahwa tempat dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga didukung oleh

Maharani dan Wijaya (2024). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kombinasi antara lokasi dan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan.

Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pembahasan, penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pengelola Toko Grosir Bhakti Karya Bedahan, Depok. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas pengelolaan lokasi, khususnya dalam hal penyediaan area parkir dan rencana ekspansi usaha. Selain itu, perusahaan juga perlu meningkatkan kualitas pelayanan, terutama pada dimensi empati seperti penyesuaian jam operasional dan peningkatan komunikasi dengan pelanggan. Dengan melakukan perbaikan secara berkelanjutan pada kedua aspek tersebut, diharapkan kepuasan pelanggan dapat terus meningkat. Hal ini pada akhirnya akan berdampak pada loyalitas pelanggan serta keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh tempat dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Grosir Bhakti Karya Bedahan, Depok, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terbukti dan dapat diterima.

Variabel tempat (X1) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik lokasi usaha, aksesibilitas, visibilitas, serta fasilitas pendukung seperti area parkir, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa aspek tempat menjadi faktor penting dalam menciptakan kenyamanan pelanggan saat berbelanja.

Variabel kualitas pelayanan (X2) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik, meliputi keramahan, kecepatan, keandalan, serta perhatian terhadap pelanggan, mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara nyata. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor kunci dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Secara simultan variabel tempat (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil dari kombinasi antara lokasi yang strategis dan kualitas pelayanan yang baik. Kedua variabel tersebut memberikan kontribusi yang besar dalam menjelaskan kepuasan pelanggan.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa pengelola Toko Grosir Bhakti Karya Bedahan, Depok perlu mengelola dan meningkatkan kedua aspek tersebut secara bersamaan. Perbaikan pada fasilitas fisik seperti area parkir dan tata letak toko perlu dilakukan, serta peningkatan kualitas pelayanan terutama pada aspek empati dan penyesuaian jam operasional juga perlu menjadi perhatian. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dapat terus ditingkatkan, yang pada akhirnya akan berdampak pada loyalitas pelanggan dan keberlangsungan usaha.

PENGHARGAAN

Terakhir penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen Pembimbing Skripsi Bpk Dr. Senen, S.E., M.M. yang telah membimbing memberikan arahan kepada saya dengan penuh hati dan sabar, dan juga kepada semua teman-teman kuliah di kelas Program Studi Manajemen yang tidak bisa penulis sebut satu persatu dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, penulis ucapkan terimakasih sudah berkontribusi dan memberikan doa dalam pengerjaan tugas akhir ini hingga lulus. Semoga tulisan ini bermanfaat. Penulis terbuka menerima saran yang membangun untuk perbaikan penulisan selanjutnya. Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Aliyah, I., & Utami. (2021). Kualitas layanan elektronik, harga dan persepsi manfaat fitur Go-Pay terhadap kepuasan pelanggan Gojek di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(1).
- [2]. Antari, A., Anggraini, & Ribek. (2022). Pengaruh promosi, suasana cafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hangout Acoustic Cafe Gianyar. *Jurnal Emas*, 3(11).

- [3]. Kaharuddin, et al. (2022). Pengaruh harga, kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Masagena Coffee. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16(2).
- [4]. Maharani, & Wijaya. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Pasca Sejahtera Abadi di Sumur Batu Jakarta Pusat. *Jurnal PERKUSI: Pemasaran, Keuangan dan Sumber Daya Manusia*, 4(4).
- [5]. Mali, & Dipayanti. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Sedari Kopi dan Teh di Bintaro Kota Tangerang Selatan. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(4).
- [6]. Nasution, & Senen. (2024). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Sembako Noura di Kecamatan Setu Pamulang. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(2).
- [7]. Purnama, Widowati, & Putri. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Lines Coffee di Ciputat Tangerang Selatan. *Jurnal Arastirma*, 3(1).
- [8]. Putranto, Kumara, & Syahria. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Jepang En Dining. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1).
- [9]. Santi, & Putra. (2021). Pengaruh persepsi harga, promosi, kualitas pelayanan dan suasana cafe terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Bumi di Batu Bara. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains (MES)*, 2(1).
- [10]. Septian, & Saputra. (2020). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kepri Mall. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1).
- [11]. Sudaryana. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal of Management Review*, 4(1).
- [12]. Wulansari, & Novianto. (2020). Pengaruh kualitas layanan dan harga bersaing terhadap kepuasan pelanggan tangki air Penguin pada toko bahan bangunan di Gading Serpong. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2).