

PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI INDOMARET BOULEVARD KOTA BEKASI

Sudrajat

soedrajat@gmail.com

Program Studi Strata Satu Manajemen STIM Budi Bakti

Indri Guslina

Program Studi Strata Satu Manajemen STIM Budi Bakti

indriguslina@gmail.com

ABSTRAK

Topik dalam penelitian ini adalah Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Indomaret Boulevard Galaxy . Objek penelitian ini adalah Pelanggan Indomaret Boulevard Galaxy Bekasi. Penelitian ini menggunakan 3 variabel yaitu, Variabel bebas Lokasi (X1), Variabel bebas Pelayanan (X2), dan variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y). Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan populasi adalah Pelanggan Indomaret Boulevard Galaxy Bekasi dengan sampel sejumlah 33 responden. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data data sekunder. Sebelum di lakukan uji hipotesis dilakukan uji Validitas dan Reliabilitas. Setelah seluruh data valid dan reliabel untuk masing-masing variabel maka dilakukan pengujian hipotesis diantaranya uji korelasi, uji koefisien determinasi, uji regresi linier sederhana untuk hipotesis 1 dan 2, uji t untuk hipotesis 1 dan 2. Sedangkan untuk hipotesis 3 dilakukan pengujian regresi linier berganda dan uji F. Keabsahan data diperoleh melalui uji validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa antara Lokasi dan Pelayanan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan 46,6% untuk Variabel bebas Lokasi (X1) dan 69,9% untuk variabel Pelayanan (X2).

Kata Kunci : *Lokasi, Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

ABSTRACT

The topics in this study are the Influence of Location and Service to Customer Satisfaction at Indomaret Boulevard Galaxy. The object of this research is Indomaret Boulevard Galaxy Bekasi Customers. This study uses 3 variables, namely location independent variable (X1), service free variable (X2), and customer satisfaction dependent variable (Y). The study uses a quantitative method with the population is Indomaret Boulevard Galaxy Bekasi Customers with a sample of 33 respondents. In this study data collection techniques used are secondary data data. Before testing the hypothesis, the validity and reliability test is conducted. After all valid and reliable data for each variable, the hypothesis is tested including correlation test, determination coefficient test, simple linear regression test for hypotheses 1 and 2, t test for hypotheses 1 and 2. While for hypothesis 3 multiple linear regression testing is performed and F test. The validity of the data is obtained through validity and reliability tests. The results showed that between location and service there was a positive and significant influence on customer satisfaction 46.6% for location independent variables (X1) and 69.9% for service variables (X2).

Keywords: *Location, Service, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Sekarang ini masyarakat baik para pekerja, ibu rumah tangga, maupun pelajar banyak mencari tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari yang praktis, dan dekat dengan tempat tinggalnya, di karenakan faktor keamanan, kenyamanan dan efisiensi waktu. Untuk hal itu, orang mencari tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari yang relatif dekat dengan rumah mereka. Tentu faktor lokasi dan kenyamanan sangat mereka perhatikan.

Tidak bisa dipungkiri saat sekarang ini semakin banyak minimarket atau pusat perbelanjaan retail khususnya untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari seperti beras, gula, air mineral, susu, minyak goreng dan lain-lain. Saat ini ketika kita berbicara tempat berbelanja banyak konsumen tidak hanya memperhatikan size (ukuran) besar maupun kecilnya tempat itu, namun fasilitas yang ada sangat mereka perhitungkan mulai dari adanya AC, lampu penerangannya, tempat parkir yang memadai serta kenyamanan atas pelayanan yang di berikan. Saat ini pun ekonomi Indonesia mengalami pertumbuhan dan perkembangan. Salah satunya sektor retail dan pembelanjaan menunjukkan perkembangan yang signifikan serta memberikan kontribusi positif dalam pemulihan perekonomian negara ini. Di sisi lain juga terjadi pergeseran gaya hidup dari tradisional ke modern, ini lah yang menciptakan pola belanja konsumen baik khususnya di kota-kota besar. Bentuk usaha retail yang mengalami pertumbuhan pesat adalah minimarket (Nuriyah, 2014).

Salah satu minimarket yang menyediakan kebutuhan sehari-hari adalah indomaret. Indomaret memiliki banyak cabang di beberapa wilayah, salah satunya adalah di jalan boulevard galaxy yang lokasinya cukup strategis berada di dalam komplek perumahan galaxy dan terletak di jalan utama. Menurut Munawaroh (2013) salah satu strategi yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah pemilihan lokasi, baik lokasi pabrik untuk perusahaan manufaktur ataupun lokasi untuk perusahaan retail.

Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Toko pertama di buka di Ancol, Jakarta Utara pada tahun 1988, di kelola oleh PT. Indomarco Prismatama. Tahun 1997 Indomaret menegembangkan bisnis waralaba pertama di Indonesia, setelah memiliki lebih dari 230 gerai. Jumlah gerai hingga awal 2017 adalah 13.000 toko dengan rincian 60% gerai adalah milik sendiri dan sisanya waralaba milik masyarakat.

Pemilihan lokasi sangat penting karena berkaitan dengan besar kecilnya biaya operasi , harga maupun kemampuan bersaing dengan perusahaan lain. Tujuan dari startegi lokasi adalah untuk memaksimalkan benefit perusahaan. Pemilihan lokasi retail yang mudah di jangkau konsumen memungkinkan terjadi penjualan dalam jumlah banyak, sehingga meningkatkan pendapatan perusahaan (Munawaroh, 2013).

Indomaret merupakan minimarket dengan konsep pasar modern. Yang mana mereka menyediakan tempat berbelanja yang nyaman, bersih, jam buka yang lebih panjang, dan menawarkan aneka pilihan pembayaran baik tunai ataupun non tunai (kartu debit, dan kartu kredit). Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. (Fandy Tjiptono 2104:268).

Perusahaan dituntut untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menyesuaikan keinginan konsumen sehingga perusahaan perlu mendeteksi apa yang menjadi keinginan konsumen. Perusahaan tidak akan berkembang tanpa adanya konsumen, semakin banyak pelanggan maka perusahaan akan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Perusahaan harus dapat memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang ada.

Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013, p.35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu: kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja bias melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas, senang atau gembira.

Penelitian dibatasi pada pengaruh lokasi, pelayanan, dan kepuasan konsumen di Indomaret Boulevard Galaxy. Tujuannya Untuk mengetahui sejauh mana Lokasi berpengaruh pada pelanggan mini market Indomaret Boulevard Galaxy. Untuk mengetahui sejauh mana Pelayanan berpengaruh pada pelanggan mini market Indomaret Boulevard Galaxy? Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan mini market Indomaret Boulevard Galaxy? Dan Untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret Boulevard Galaxy?

Indikator Lokasi

Pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan cermat terhadap beberapa faktor berikut:

- a. akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- b. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- c. Lalu-lintas (traffic), menyangkut dua pertimbangan utama berikut: Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya impulse buying, yaitu keputusan pembelian yang seringkali terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan/atau tanpa melalui usaha-

usaha khusus dan Kepadatan dan kemacetan lalu-lintas bisa pula menjadi habatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, atau ambulans.

- d. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- e. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- f. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- g. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing
- h. Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang bengkel kendaraan bermotor terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk.

Fandy Tjiptono (2104:282) menjelaskan bahwa ada lima dimensi pelayanan yang dapat dipakai untuk mengukur kualitas layanan seperti berikut ini:

1. Dimensi tampilan fisik (Tangible) yang diberikan perusahaan kepada konsumen meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Dimensi keandalan (Reliability) yang diberikan perusahaan dalam bentuk kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera (kecepatan), keakuratan dan memuaskan.
3. Dimensi daya tanggap (Responsiveness) yang diberikan perusahaan dalam bentuk keinginan para staff untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Dimensi jaminan (Assurance) yang diberikan perusahaan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko, atau keraguan.
5. Dimensi empati (Empathy) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.

Faktor-faktor pendorong kepuasan adalah sebagai berikut (Daryanto, 2014: 53-54) :

- a. Kualitas produk; Pelanggan akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik
- b. Harga; Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan. Bagi pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, komponen harga relatif tidak penting.
- c. Kualitas pelayanan; Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia
- d. Faktor emosional; Untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik dan pakaian, faktor emosional menempati tempat yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan. Rasa bangga, rasa percaya diri simbol sukses adalah contoh nilai emosional yang mendasari kepuasan pelanggan.
- e. Biaya dan kemudahan; Pelanggan akan semakin puas apabila relatif murah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

METODOLOGI PENELITIAN

Menurut sugiyono (2013:2) Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penulisan skripsi ini, penulis melakukan penelitian deskriptif kuantitatif yaitu membandingkan pengetahuan pengatahuan teoritis yang berhubungan dengan

objek penulisan serta yang penulis dapat dari penelitian pada Indomaret Boulevard Galaxy Kota Bekasi.

- a. Populasi; Populasi menurut Sugiyono (2013:72) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Indomaret Boulevard Galaxy Kota Bekasi sejumlah 33 orang.
- b. Sampel; Menurut Sugiyono (2013:215) Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian , yang sama adalah merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian dilakukan terhadap sampel yang mewakili populasinya. Pemilihan sampel untuk penelitian ini di lakukan secara *purposive sampling* yaitu populasi yang dijadikan sampel adalah populasi yang memenuhi kriteria dengan tujuan agar sampel agar sampel yang diambil bisa lebih representatif dengan kriteria yang telah ditentukan. Dimana sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 33 orang di Indomaret Boulevard Galaxy Kota Bekasi.

Teknik Pengumpulan Data.

- a. Studi Kepustakaan (*Library Research*); Yaitu dengan cara mempelajari buku-buku , berbagai literature, artikel, serta bahan –bahan yang mempunyai hubungan dengan masalah yang di bahasa.
- b. Riset Lapangan; Yaitu dengan meneliti langsung objek yang diteliti dengan cara melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terlibat dengan masalah yang sedang dibahas serta memberikan kuesioner kepada guru-guru.

1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mampu mengukur apa yang harus di ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir (*corrected item total correlation*) yang penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 21. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} melalui tahapan analisis sebagai berikut:

Keterangan

X =Skor masing-masing variabel pada kuesioner

Y =Skor total semua variabel kuesioner

n =Jumlah responden

r^{xy} = Korelasi antara variabel X dan Y

Kriteria pengujian adalah

$r_{hitung} > r_{tabel} \rightarrow$ valid

$r_{hitung} < r_{tabel} \rightarrow$ tidak valid

Butir-butir instrumen dianggap valid apabila koefisien korelasi (r hitung) $>$ r kritis (0,30) (Sugiyono dan Wibowo:2013). Dengan Penilaian :

- a. Nilai $r = +1$ atau mendekati 1, maka korelasi antara X dan Y dikatakan positif dan sangat kuat sekali.
- b. Nilai $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi antara X dan Y dikatakan kuat dan negatif.

c. Nilai $r = 0$ atau mendekati 0, maka hubungan antara kedua variabel sangat lemah atau tidak ada hubungan sama sekali.

2. Uji Realibitas (*Test of Reliabilitas*)

Uji Realibitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala-gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji realibitas dilakukan terhadap pernyataan yang telah valid. Rumus yang dipakai adalah untuk menguji realibitas dalam penelitian adalah *Cronbach' Alpha* yang penyelesaiannya dilakukan dengan membandingkan antara r_{alpha} dan r_{tabel} . Secara umum keandalan dalam kisaran 0,00 s/d 0,20 kurang baik, > 0,20 s/d 0,40 agak baik, > 0,40 s/d 0,60 cukup baik, > 0,60 s/d 0,80 baik, serta dalam kisaran > 0,80 s/d 1,00 dianggap sangat baik. (Santoso, 2013 : 227).

1. Teknik Analisis Data

Metode Kuantitatif Yaitu dengan melakukan pengeolahan data menggunakan rumus.

a. Analisa Regresi Sederhana Untuk Uji Parsial

Yaitu untuk mengukur seberapa jauh Pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Boulevard Galaxy Kota Bekasi, dengan analisa yang digunakan analisa regresi linear sederhana menggunakan aplikasi SPSS 21 maka dapat dirumuskan sebagai berikut

$$Y = a + bx$$

b. Analisa Regresi Berganda Untuk Uji Simultan

Yaitu untuk mengukur seberapa jauh Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Indomaret Boulevard Galaxy Kota Bekasi, dengan analisa yang digunakan analisa regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 21 maka dapat dirumuskan sebagai berikut $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$

Dimana :

Y= Kepuasan Pelanggan

a = Bilangan Konstanta

b_1 = Koefisien regresi Kepuasan Pelanggan

b_2 = Koefisien regresi Pelayanan

x_1 = Lokasi

x_2 = Pelayanan

c. Analisa Kolerasi

Kolerasi berarti hubungan, begitu pula analisis korelasi yaitu suatu analisis yang digunakan untuk melihat hubungan antara dua variabel (Nugroho: 2013), uji korelasi tidak membedakan jenis variabel. Digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara Kepuasan Pelanggan Indomaret Boulevard Galaxy Bekasi, dengan analisa yang bisa ditentukan dengan klasifikasi koefisien korelasi yang digunakan dimana nilai korelasi dapat dikelompok dalam

(Nugroho:2013) sebagai berikut : 0,41 / 0,70 korelasi keamatan kuat,0,71 s/d 0,90 sangat kuat dan 0,90 s/d 0,99 sangat kuat sekali dan jika 1 berarti sempurna .Nilai koefisien korelasi diperoleh melalui pengolahan data hasil kuesioner dengan menggunakan program SPSS 21.

d. Kriteria Pengujian

Apabila nilai $F_{hitung} < F_{table}$, maka H_0 diterima Artinya sama koefisien regresi secara bersama-sama tidak signifikan regresi secara bersama-sama tidak signifikan pada taraf signifikansi 5%.

e. Uji Koefisien Deteminasi (R^2)

Koefisien deteminasi R^2 digunakan untuk mengetahui berapa parsen *Variasi Variable Dependent* dapat dijelaskan oleh Variasi Variabel independent. Nilai R^2 ini terletak antara 0 dan 1. Bila mendekati 0 berarti sedikit sekali variasi variabel –variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independent jika nilai R^2 bergerak mendekati 1 berarti semakin besar variasi variabel dependen yang dapat diterangkan oleh variabel independent jika ternyata dalam perhitungan R^2 sama dengan 0 maka ini menunjukkan bahwa variabel dependent tidak bisa dijelaskan oleh variable independent.

Hasil Penelitian

Tabel 4.2
jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	17	51.5	51.5	51.5
Perempuan	16	48.5	48.5	100.0
Total	33	100.0	100.0	

Sumber : Kuesioner diolah tahun 2018

Dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa jenis kelamin responden sebagian besar adalah laki-laki yaitu sebanyak 17 orang dengan tingkat presentase 51,5%, sedangkan responden perempuan sebanyak 16 orang dengan tingkat presentase 48,5%. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki mendominasi.

Tabel 4.3
Identitas responden mengenai usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-25	13	39.4	39.4	39.4
25-35	7	21.2	21.2	60.6

36-45	9	27.3	27.3	87.9
> 46	4	12.1	12.1	100.0
Total	33	100.0	100.0	

Sumber : Kuesioner diolah tahun 2018

Dari tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa usia responden antara 17-25 tahun adalah 13 orang, responden yang berusia 25-35 tahun adalah 7 orang, responden yang berusia 36-45 tahun adalah 9 orang, responden yang berusia > 46 tahun adalah 4 orang.

Hal ini menunjukkan bahwa jumlah usia 17-25 tahun paling banyak mendominasi dalam berbelanja.

Tabel 4.4

tempat tinggal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid pulo sirih	12	36.4	36.4	36.4
taman galaxy	11	33.3	33.3	69.7
Pekayon	5	15.2	15.2	84.8
lain-lain	5	15.2	15.2	100.0
Total	33	100.0	100.0	

Sumber : Kuesioner diolah tahun 2018

Dari gambar 4.4 diatas menunjukkan bahwa tempat tinggal responden di pulo sirih yaitu 12 orang, responden yang bertempat tinggal di taman galaxy adalah 11 orang, responden yang bertempat tinggal di pekayon adalah 5 orang, dan responden yang bertempat tinggal lain-lain adalah 5 orang, dan disini menunjukkan bahwa tempat tinggal responden lebih banyak di pulo sirih

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,466 atau 46,6% dan sisanya sebesar 53,4% dipengaruhi oleh faktor lain.
2. Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,699 atau 69,9% dan sisanya 30,1% dipengaruhi oleh faktor lain.
3. Pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,467 atau 46,7% dan sisanya 53,3% dipengaruhi oleh faktor lain

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil pengujian hipotesis penelitian yang diajukan terbukti bahwa variabel Lokasi (X_1) dan Pelayanan (X_2) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Oleh karena itu, dari jbaran hasil perhitungan dan pengujian hipotesis seperti dikemukakan bab terdahulu dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel bebas Lokasi (X_1) hasil uji validitas mempunyai nilai CITC lebih besar dari 0,3 dan didapatkan nilai $Alpha$ $0,920 \geq 0,6$ oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butir pernyataan untuk variabel bebas Lokasi (X_1) valid dan reliabel.
2. Pada variabel bebas Pelayanan (X_2) hasil uji validitas mempunyai nilai CITC lebih besar dari 0,3 dan didapatkan nilai $Alpha$ $0,892 \geq 0,6$ oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butir pernyataan untuk variabel bebas Pelayanan (X_2) valid dan reliabel.
3. Pada variabel bebas Kepuasan Pelanggan (Y) hasil uji validitas mempunyai nilai CITC lebih besar dari 0,3 dan didapatkan nilai $Alpha$ $0,857 \geq 0,6$ oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butir pernyataan untuk variabel bebas Kepuasan Pelanggan (Y) valid dan reliabel.
4. Bahwa dalam pengujian variabel Lokasi (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (Y) di Indomaret Boulevard Galaxy Bekasi. Menurut hasil perhitungan tingkat signifikan pvalue (sig) $0,000 > t_{tabel} 0,005$ maka H_0 : ditolak dan H_1 : diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa: Lokasi mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Lokasi (X_1) berpengaruh besar sebesar 46,6% terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Indomaret Boulevard Galaxy Kota Bekasi. Menurut perhitungan koefisien determinasi sebesar R square= 0,466 atau 46,6% berarti memiliki hubungan yang sedang, sisanya sebesar 53,4% dipengaruhi oleh faktor lain.
5. Bahwa dalam pengujian variabel Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Indomaret Boulevard Galaxy Bekasi. Menurut hasil perhitungan tingkat signifikan pvalue (sig) $0,000 > t_{tabel} 0,005$ maka H_0 : ditolak dan H_1 : diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa: Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan di Indomaret Boulevard Kota Bekasi . Sehingga Pelayanan (X_2) berpengaruh sedang sebesar 69,9% terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Menurut perhitungan koefisien determinasi sebesar R square= 0,699 atau 69,9% berarti memiliki hubungan yang sedang, sisanya sebesar 30,1 % dipengaruhi oleh faktor lain.
6. Bahwa dalam pengujian variabel Lokasi (X_1) dan Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Indomaret Boulevard Galaxy Kota Bekasi. Menurut hasil analisis yang diperoleh tingkat signifikan pvalue (sig) $0,000 > t_{tabel} 0,005$ maka H_0 : ditolak dan H_1 : diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa: Lokasi dan Pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Saran

1. Minimarket Inomaret Boulevard Galaxy hendaknya menyediakan tempat parkir yang aman dan nyaman sehingga pelanggan merasa tenang dalam berbelanja.
2. Personil Indomaret Boulevard Galaxy hendaknya lebih bersikap ramah kepada pelanggan dengan melakukan senyum, salam, dan sapa agar pelanggan merasa senang dalam berbelanja.
3. Personil Indomaret Boulevard Galaxy harus lebih aktif dalam menyampaikan promo-promo terupdate kepada pelanggan baik secara lisan ataupun tulisan.
4. Personil Indomaret Boulevard Galaxy harus selalu memonitoring produk-produk yang sudah mendekati expired date, supaya tidak sampai terbeli oleh konsumen.
5. Pelanggan diharapkan dapat mengambil hal-hal positif di dalam penelitian ini, sehingga hal tersebut dapat di jadikan sebagai pembelajaran yang baik bagi konsumen dalam berbelanja.
6. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya baik mengenai variabel yang sama maupun variabel yang berbeda.

DAFTAR REFERENSI

Kotler dan Keller. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangg.

Sugiyono. 2012. **Metode Penelitian Bisnis**, Alfabeta, Bandung.

Ghozali Imam. 2009. **Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS**. Badan penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Purwanto,E,A. dan D.R.Sulistiyatuti. 2008. **Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial**. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Penerbit Gaya Media. Yogyakarta.

Whidya, Christina. **Manajemen Ritel: Strategi dan Manajemen Ritel Modern**. Jakarta: Salemba Empat, Jakarta, 2006.

Jakaria, Yaya. 2015. **Mengelola Data Penelitian Kuantitatif Dengan Spss**. Cetakan ke-1, Bandung : Alfabeta