

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Warunk Upnormal pertama kali didirikan oleh Citarasa Prima Group (CRP Group) sejak tahun 2014. Restoran pertamanya didirikan di Jl.P.H. H.Mustofa No.73, Bandung. Dalam waktu kurang dari setahun setelah dididrikan, Warunk Upnormal telah memiliki 9 cabang yaitu di Suci, Istana Plaza, Serang-Banten, Cihampelas 1, Cihampelas 2, Antapani, Cimindi-Cimahi, Buah Batu, dan Tasikmalaya. Dan kini memasuki tahun kelimanya, Warunk Upnormal sudah mempunyai hampir 80 cabang yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia yaitu Bandung, Bali, Banjarmasin, Banten, Batam, Bekasi, Bogor, Cilacap, Cimahi, Cirebon, Depok, Jakarta, Jambi, Jatinegara, Karawang, Kediri, Lampung, Makassar, Malang, Palembang, Pekanbaru, Purwokerto, Samarinda, Semarang, Solo, Subang, Sumenep, Surabaya, Tangerang, dan Yogyakarta.

Warunk Upnormal Palembang sendiri didirikan Tahun 2016 dan beralamat Jalan Radial No. 10, 11 Ilir, Kecamatan Bukit Kecil, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30134 dan mulai beroperasi pukul 09.00 pagi hingga 23.00 malam. Warunk Upnormal Palembang menjual Indomie dengan berbagai macam *topping* dan kreasi, roti bakar, serta beraneka macam kopi. Warunk Upnormal Palembang juga dilengkapi dengan fasilitas seperti *Wifi* gratis, dan permainan *UNO*

B. Analisis dan Pembahasan

1. Hasil Uji Kualitas data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur nilai r hitung valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pengujian ini membandingkan dengan r table untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dalam hal ini adalah jumlah sampel, dan $\alpha = 0,05$ (dengan uji dua sisi). Nilai r tabel yaitu sebesar 0,179 yang didapat dari *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel pretest yaitu 120 responden. Maka (df) = $120 - 2 = 118$, pada r table dengan $\alpha = 5\%$ atau 0,05 dan (df) = 118, didapati r table sebesar 0,179. Maka suatu pernyataan atau indikator dinyatakan valid apabila r hitung $> 0,179$ dan sebaliknya.

Tabel berikut menunjukkan hasil uji validitas dari empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu produk, suasana dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan dengan 120 responden. Berikut ini adalah rincian tabel hasil uji validitas untuk setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1) Variabel Produk (X1)

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Variabel Produk (X1)

Pernyataan	Nilai ^R Hitung	Nilai ^R Table	Keterangan
Produk 1	0,340	0,179	<i>valid</i>
Produk 2	0,508	0,179	<i>Valid</i>
Produk 3	0,475	0,179	<i>Valid</i>
Produk 4	0,806	0,179	<i>Valid</i>
Produk 5	0,487	0,179	<i>Valid</i>
Produk 6	0,632	0,179	<i>Valid</i>
Produk 7	0,767	0,179	<i>Valid</i>
Produk 8	0,425	0,179	<i>valid</i>

Sumber : Data diolah dengan SPSS 23,2019

Tabel 4.1 menunjukkan variabel produk (X1) mempunyai kriteria valid untuk semua *item* pernyataan. Hal ini dapat di lihat ^r hitung > ^r table yaitu 0,179.

2) Variabel Suasana (X2)

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Variabel Suasana (X2)

Pernyataan	Nilai ^R Hitung	Nilai ^R Table	Keterangan
Suasana 1	0,647	0,179	<i>Valid</i>
Suasana 2	0,635	0,179	<i>Valid</i>
Suasana 3	0,649	0,179	<i>Valid</i>
Suasana 4	0,424	0,179	<i>Valid</i>
Suasana 5	0,535	0,179	<i>Valid</i>
Suasana 6	0,790	0,179	<i>Valid</i>
Suasana 7	0,617	0,179	<i>Valid</i>
Suasana 8	0,660	0,179	<i>Valid</i>
Suasana 9	0,429	0,179	<i>Valid</i>
Suasana 10	0,428	0,179	<i>Valid</i>

Sumber : Data diolah dengan SPSS 23,2019

Tabel 4.2 menunjukkan variabel suasana (X2) mempunyai kriteria valid untuk semua *item* pernyataan. Hal ini dapat di lihat ^r hitung > ^r table yaitu 0,179

3) Variabel Lokasi (X3)

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X3)

Pernyataan	Nilai ^R Hitung	Nilai ^R Table	Keterangan
Lokasi 1	0,568	0,179	Valid
Lokasi 2	0,456	0,179	Valid
Lokasi 3	0,300	0,179	Valid
Lokasi 4	0,465	0,179	Valid
Lokasi 5	0,628	0,179	Valid
Lokasi 6	0,726	0,179	Valid
Lokasi 7	0,713	0,179	Valid
Lokasi 8	0,455	0,179	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 23,2019

Tabel 4.3 menunjukkan variabel Lokasi (X3) mempunyai kriteria valid untuk semua *item* pernyataan. Hal ini dapat di lihat ^r hitung > ^r table yaitu 0,179

4) Variabel Kepuasan Pelanggan (X4)

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X4)

Pernyataan	Nilai ^R Hitung	Nilai ^R Table	Keterangan
Kepuasan Pelanggan 1	0,626	0,179	Valid
Kepuasan Pelanggan 2	0,698	0,179	Valid
Kepuasan Pelanggan 3	0,655	0,179	Valid
Kepuasan Pelanggan 4	0,413	0,179	Valid
Kepuasan Pelanggan 5	0,485	0,179	Valid
Kepuasan Pelanggan 6	0,789	0,179	Valid
Kepuasan Pelanggan 7	0,626	0,179	Valid
Kepuasan Pelanggan 8	0,656	0,179	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 23,2019

Tabel 4.4 menunjukkan variabel Kepuasan Pelanggan (X4) mempunyai kriteria valid untuk semua *item* pernyataan. Hal ini dapat di lihat ^r hitung > ^r table yaitu 0,179

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dari instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Tabel 4.5 menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pertanyaan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Produk (X1)	8	0,825	Reliabel
Suasana (X2)	10	0,866	Reliabel
Lokasi (X3)	8	0,815	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (X4)	8	0,865	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan SPSS 23,2019

Tabel 4.5 menunjukkan nilai cronbach alpha atas variabel Produk sebesar 0,825, suasana sebesar 0,866, lokasi sebesar 0,815, dan kepuasan pelanggan sebesar 0,865. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai cronbach's alpha lebih dari 0,60. Maka semua variabel dinyatakan reliabel dan penelitian ini dapat dilanjutkan.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah regresi yang di dalamnya terdapat satu variabel dependen (Y) dan lebih dari satu variabel independen (X). Variabel dependen adalah variabel terikat yang dipengaruhi oleh variable independen

atau bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan, sedangkan variabel independennya adalah produk, suasana dan lokasi.

Tabel 4.6
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,434	,570		-4,269	,000
	Produk	,175	,061	,163	2,878	,005
	Suasana	,637	,053	,744	12,122	,000
	Lokasi	,099	,044	,091	2,248	,026

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber : Hasil output data SPSS yang telah diolah,2019

Berdasarkan Tabel 4.8 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 1,490 + 0,504X_1 + 0,609X_2 - 0,234X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Koefisien konstanta sebesar -2,434 artinya jika tidak ada variabel produk, variabel suasana dan variabel lokasi, maka kepuasan pelanggan akan sebesar -2,434 poin.
- 2) Koefisien regresi variabel produk adalah 0,175 berarah positif, artinya setiap peningkatan pada kualitas produk sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,175 poin.
- 3) Koefisien regresi variabel suasana adalah 0,637 berarah positif, artinya setiap peningkatan pada suasana Warunk Upnormal Palembang sebesar 1 poin

dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,637 poin.

4) Koefisien regresi variabel lokasi adalah 0,099 berarah positif, artinya setiap peningkatan pada lokasi sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,099 poin.

Berdasarkan tabel 4.8 dan persamaan di atas, diperoleh nilai konstanta sebesar -2,434 menunjukkan bahwa ketika variabel produk, suasana dan lokasi, nilainya sama dengan nol, maka nilai kepuasan pelanggan adalah -2,434

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang baik dan layak dalam penelitian adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Dalam uji normalitas terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Uji normalitas data dengan analisis grafik menggunakan pengolahan SPSS versi 23 menghasilkan grafik sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.01979171
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.056
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil output data SPSS versi 23 yang telah diolah,2019

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, nilai sig. > 0,05 yaitu sebesar 0,200. Yang berarti bahwa data berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Heteroskedestitas

Uji heteroskedestisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedestisitas dan jika berbeda disebut heteroskedestisitas. Uji heterokedestisitas dapat dilakukan dengan 2 langkah, yaitu secara grafik dan secara statistik berdasarkan hasil pengolahan data maka hasil uji scatterplot dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Heterokedestisitas *Glejser*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,174	1,007		-1,166	,249
	Produk	-,030	,057	-,187	-,520	,605
	Suasana	,033	,054	,191	,617	,540
	Lokasi	,042	,059	,249	,714	,478

a. Dependent Variable: Abs

Sumber : Hasil output data SPSS yang telah diolah,2019

Berdasarkan tabel di atas, tidak ada variabel bebas yang memiliki signifikansi di bawah 0,05. Variabel produk (X1) memiliki signifikansi 0,605, variabel suasana (X2) memiliki signifikansi 0,540 dan variabel lokasi (X3) memiliki signifikansi 0,478. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak ada masalah heterokedastisitas atau bebas dari heterokedastisitas.

c. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogona. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antara sesama variabel independen sama dengan nol. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) Nilai

cutoff yang umum dipanggil untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	-5,725	1,873				-3,057
Produk	,304	,106	,286	2,873	,006	,129	7,778
Suasana	,356	,100	,303	3,545	,001	,173	5,765
Lokasi	,468	,110	,408	4,249	,000	,137	7,277

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber : Hasil output data SPSS yang telah diolah,2019

Berdasarkan hasil tabel 4.7 di atas, uji hasil Variance Inflation Factor (VIF) masing-masing variabel independen memiliki VIF < 10 dan tolerance $> 0,1$ yaitu variabel produk (X1) memiliki nilai tolerance 0,129 dan nilai VIF 7,778, variabel suasana (X2) yang memiliki nilai tolerance 0,137 dan nilai VIF 5,765, variabel lokasi (X3) memiliki nilai tolerance 0,137 dan nilai VIF 7,277. Maka dapat dinyatakan model regresi linier berganda tidak terdapat multikolonieritas antra variabel dependen dengan variabel independen yang lain sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Statistik t

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi

dependen. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti ada pengaruh yang signifikan antar variabel bebas terhadap variabel terikat, dan sebaliknya Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti idak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabe terikat. Berikut adalah hasil uji t dalam penelitian ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,434	,570		-4,269	,000
	Produk	,175	,061	,163	2,878	,005
	Suasana	,637	,053	,744	12,122	,000
	Lokasi	,099	,044	,091	2,248	,026

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber : Hasil output data SPSS yang telah diolah,2019

Berdasarkan tabel 4.20 di atas, diperoleh t_{hitung} untuk X1 sebesar 2,878, X2 sebesar 12,122 dan X3 sebesar 2,248,. Untuk menentukan t_{tabel} digunakan lampiran tatistika tabel t, dengan menggunakan $\alpha/2$, $n- k - 1$. Maka didapatkan hasil $0,05/2$, $120-3-1 = 0,67661$, 116. Sehingga didapatkan t_{tabel} 0,67661

b. Hasil Uji Statistik f

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Salah satu cara melakukan uji F adalah dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} , maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Berikut adalah hasil uji F pada penelitian ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	109,617	3	27,404	51,765	,000 ^b
	Residual	28,712	116	,529		
	Total	138,329	119			

a. Dependent Variable: totally

b. Predictors: (Constant), TotalX3, total.x1, total.x2

Sumber : Hasil Output data SPSS yang telah diolah,2019

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh F_{hitung} sebesar 51,765. Untuk menentukan F_{tabel} digunakan lampiran statistika tabel F, dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05, dengan df 1 (jumlah variable -1) atau $5-1 = 4$ dan df 2 ($n-k-1$) atau $120-3-1 = 116$. Maka didapatkan hasil F_{tabel} sebesar 2,29.

Hal ini mengartikan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $51,765 > 2,29$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel independen yaitu produk, suasana dan lokasi, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

c. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Berikut adalah hasil analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini.

Tabel 4.12
Hasil Analisis Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.987 ^a	.975	.974	.498

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Suasana, Produk

Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber : Hasil output data SPSS yang telah diolah, 2019

Berdasarkan kepada tabel di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian ini memiliki nilai sebesar 0,974. Nilai tersebut dapat digunakan untuk melihat besarnya pengaruh produk, suasana dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Warunk Unnormal Palembang. Koefisien determinasi tersebut memiliki maksud bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 97,4%. Sisanya sebesar 2,6% dipengaruhi variabel lain variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan Tiap Variabel

Berikut ini analisis dari uji parsial antara produk, suasana, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Warunk Unnormal Palembang. Berikut akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial dari hasil uji t.

1. Pengaruh Produk (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Terlihat bahwa t_{hitung} untuk variabel Produk adalah 2,873. Hal ini mengartikan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,873 > 0,67661$). Maka dapat disimpulkan bahwa Produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tanda positif menunjukkan variabel produk memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, di mana ketika produk dinilai semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat atau sebaliknya, ketika produk dinilai semakin buruk, maka kepuasan pelanggan akan menurun. Pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin baik penyajian produk yang ditawarkan maka semakin besar tingkat kepuasan pelanggan dalam membeli dan mengonsumsi produk. Sehingga dengan hal ini H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Pengaruh Suasana (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Terlihat bahwa t_{hitung} untuk variabel suasana adalah 3,545. Hal ini mengartikan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,545 > 0,67661$). Maka dapat disimpulkan bahwa suasana berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tanda positif menunjukkan variabel suasana memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, di mana ketika

suasana dinilai semakin baik, maka keputusan pembelian akan meningkat. Sehingga dengan hal ini H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berman dan Evans (2010) menyatakan bahwa atmosphere dari suatu toko dapat mempengaruhi kenyamanan belanja konsumen, seperti berkeliling, keinginan untuk berkomunikasi dengan pegawai, kecenderungan untuk membuang waktu dan uang dari yang direncanakan dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan tetap. Store atmosphere merupakan salah satu elemen penting yang mampu memengaruhi kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Noviawaty dan Yuliandi (2014) yang berjudul “Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Outlet Nyenyek Palembang” yang menyatakan bahwa dalam keputusan pembeliannya konsumen tidak hanya memberi respon terhadap barang dan jasa yang ditawarkan oleh pengecer, tetapi juga memberikan respon terhadap lingkungan pembelian yang menyenangkan bagi konsumen, sehingga konsumen tersebut memilih toko yang disukai dan melakukan pembelian. Pernyataan tersebut dipertegas oleh pernyataan “customer purchasing behavior is also influenced by the store atmosphere” Levy & Weitz (2001)

3. Pengaruh Lokasi (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Terlihat bahwa t_{hitung} untuk variabel lokasi adalah 4,249. Hal ini mengartikan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,249 > 0,67661$). Maka dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tanda positif menunjukkan variabel lokasi memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, di mana ketika lokasi semakin tinggi, maka kepuasan pelanggan semakin meningkat atau sebaliknya, ketika lokasi semakin rendah maka kepuasan pelanggan menurun. Sehingga dengan hal ini H_0 ditolak dan H_a diterima.

Peter dan Olson (2014) menyatakan lokasi adalah aspek penting dari strategi saluran. Lokasi yang bagus memudahkan akses ke toko, menarik banyak konsumen, dan dapat mengubah pola belanja konsumen secara signifikan. Lokasi toko yang baik akan memberikan peluang bagi perusahaan untuk bersaing dan merebut konsumen. Jika konsumen merasa akses menuju toko mudah, atau toko tersebut memiliki lokasi yang baik, maka konsumen akan melakukan kepuasan pelanggan di toko tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Raharjo dan Santosa (2015) yang berjudul "Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di T.B Rajawali Kalicilik, Demak" yang menyatakan bahwa lokasi menentukan penerimaan dan intensitas kunjungan yang dilakukan seseorang pada toko untuk membeli suatu produk. Lokasi yang baik dengan kemudahan dan aksesibilitas yang

tinggi akan menjadi salah satu tujuan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dan sebaliknya lokasi penjualan yang memiliki aksesibilitas yang sulit akan menjadikan calon konsumen untuk menjangkaunya. Sehingga lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.