



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 3 (2025) pp: 7744-7753

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Gunung Kubua Jawi Kabupaten Lima Puluh Kota

Seroza¹, Syofiatul Safitri²

^{1,2}Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Riau

seroza3913@student.unri.ac.id, svofia.s@lecturer.unri.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Warung Gunung Kubua Jawi Kabupaten Lima Puluh Kota. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Warung Gunung Kubua Jawi, diperoleh sampel sebanyak 100 responden dari populasi berjumlah 21.300. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, pemilihan teknik ini didasarkan pada alasan bahwa tidak semua responden memenuhi kriteria yang relevan dengan fenomena yang diteliti, maka sampel harus memenuhi kriteria agar sesuai dengan tujuan penelitian, dengan kriterianya yaitu konsumen yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian minimal dua kali di Warung Gunung Kubua Jawi, berusia minimal 17 tahun, bersedia menjadi responden serta mengisi kuesioner penelitian secara sukarela, dan memiliki pengalaman langsung terhadap pelayanan maupun lokasi pada Warung Gunung Kubua Jawi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan kuantitatif dengan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS 31. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t -hitung $3,85 > t$ -tabel $1,660$ dan nilai Sig $0,001 < 0,05$. Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t -hitung $4,998 > t$ -tabel $1,660$ dan nilai Sig $0,001 < 0,05$. Variabel kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F hitung $69,274 > F$ tabel $3,09$ dan nilai Sig $0,001 < 0,05$. Nilai Adjusted R Square sebesar $0,580$ yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi memberikan kontribusi sebesar 58% terhadap kepuasan konsumen, sementara itu sekitar 42% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam model regresi ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Konsumen

1. Latar Belakang

Indonesia menempati posisi sebagai produsen kopi terbesar keempat di dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia, dengan total produksi sekitar 789.000 ton per tahun, terdiri atas 150.000 ton kopi arabika dan 600.000 ton kopi robusta. Proyeksi ekspor kopi menunjukkan peningkatan dari 420.000 ton pada tahun 2024 menjadi 427.000 ton pada tahun 2025, sedangkan konsumsi domestik mengalami sedikit penurunan. Data tersebut menggambarkan potensi besar Indonesia dalam pengembangan industri kopi, baik pada sektor ekspor maupun bisnis kedai kopi di tingkat nasional.

Fenomena meningkatnya bisnis *coffee shop* di Indonesia menciptakan persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha. Untuk mempertahankan eksistensi, pelaku usaha harus mampu memenuhi ekspektasi konsumen guna menciptakan kepuasan. Kepuasan konsumen muncul ketika pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan (Laia, 2024). Dalam konteks persaingan yang ketat, perusahaan tidak hanya berfokus pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada upaya meningkatkan kualitas pelayanan, karena pelayanan yang baik dapat memperkuat kesan positif dan loyalitas konsumen (Hafidz & Muslimah, 2023).

Kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam menilai keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan yang berkualitas mampu menciptakan pengalaman positif dan hubungan jangka panjang, sedangkan pelayanan yang buruk dapat menurunkan kepuasan serta mendorong konsumen beralih ke pesaing. Penelitian Akakip et al. (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Santika Luwuk.

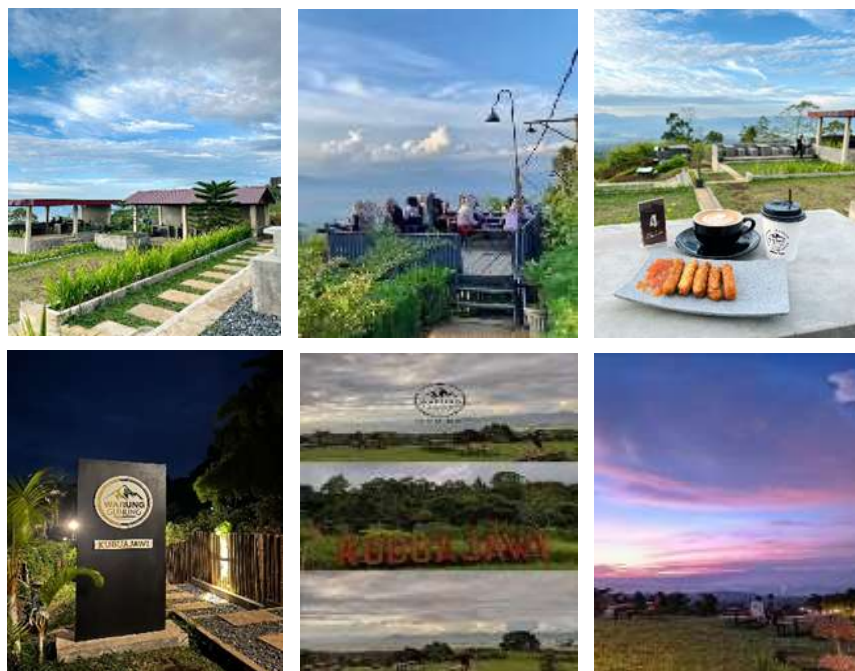
Selain pelayanan, lokasi juga berperan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih tempat (Pratiwi et al., 2024). Penelitian Anhar et al. (2024) membuktikan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada *Receh Coffee* di Kota Bima.

Di Provinsi Sumatera Barat, khususnya Kabupaten Lima Puluh Kota, *coffee shop* berkembang pesat dengan memadukan desain modern dan keindahan alam sebagai daya tarik utama. Salah satu contohnya adalah Warung Gunung Kubua Jawi di Kecamatan Luak, yang memanfaatkan suasana asri lereng Gunung Sago sebagai keunggulan kompetitif. Keberadaan kafe dengan konsep serupa menunjukkan potensi besar sektor kuliner berbasis wisata alam di daerah ini.



Gambar 1. Google Review Warung Gunung Kubua Jawi

Berdasarkan gambar 1 yang menampilkan ulasan Google Review Warung Gunung Kubua Jawi, terlihat bahwa meskipun pengelola telah berupaya memberikan pelayanan optimal, masih terdapat penilaian negatif dari konsumen terkait kepuasan. Salah satu pengguna, Devri Nevill, memberikan nilai 2 dari 5 pada aspek makanan, layanan, dan suasana, yang menunjukkan ketidakpuasan terhadap pengalaman keseluruhan. Beberapa keluhan lain mencakup akses jalan yang kurang baik, tidak tersedianya tempat ibadah, keterbatasan area parkir mobil, serta kualitas kopi yang dinilai kurang istimewa. Tampilan Warung Gunung Kubua Jawi dapat dilihat pada Gambar berikut:



Gambar 2. Warung Gunung Kubua Jawi

Gambar 2 menunjukkan lokasi Warung Gunung Kubua Jawi yang menawarkan konsep desain terbuka dan menyatu dengan alam. Kafe ini memanfaatkan keindahan alam pegunungan sebagai daya tarik utama, di mana konsumen dapat menikmati fenomena geosfer seperti pemandangan “negeri di atas awan” pada pagi hari, panorama matahari terbenam di sore hari, serta gemerlap cahaya kota pada malam hari.



Gambar 3. Akses Jalan Menuju Warung Gunung Kubua Jawi

Berdasarkan gambar 3 akses jalan menuju Warung Gunung Kubua Jawi masih memerlukan perbaikan. Sebagian besar jalur menuju lokasi berupa jalan tanah berbatu dengan beberapa bagian yang sempit, sehingga menyulitkan kendaraan roda empat untuk berpapasan. Kondisi ini menjadi kendala bagi konsumen, terutama pada musim hujan ketika jalan menjadi licin dan berlumpur. Meskipun demikian, Warung Gunung Kubua Jawi tetap mampu menarik pengunjung melalui pelayanan yang baik serta suasana alam yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan peneliti, dalam beberapa tahun terakhir, persaingan bisnis *coffee shop* semakin ketat, terutama di daerah yang menawarkan konsep alam terbuka dan pemandangan pegunungan seperti Warung Gunung Kubua Jawi. Meskipun pengelola telah berupaya memberikan pelayanan terbaik, menyediakan menu variatif, dan menawarkan lokasi yang nyaman, data menunjukkan bahwa jumlah konsumen dan pendapatan belum mencapai target secara konsisten dalam lima tahun terakhir. Fluktuasi tingkat pencapaian tersebut mengindikasikan bahwa pengalaman positif yang diberikan belum sepenuhnya mampu menciptakan kepuasan konsumen secara optimal. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti memandang perlu dilakukan kajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen di Warung Gunung Kubua Jawi.

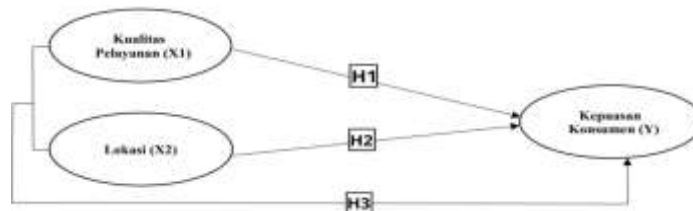
Dengan demikian, konsumen Warung Gunung Kubua Jawi dinilai sebagai responden yang tepat untuk menilai pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap tingkat kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Warung Gunung Kubua Jawi.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2021). Penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel yang terdapat pada penelitian ini, yaitu kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2), dan kepuasan konsumen (Y).

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan skala Likert 1-5 yang terdiri dari tiga variabel, yaitu kualitas pelayanan (X1) dengan lima indikator (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik), lokasi (X2) dengan enam indikator (akses, visibilitas, lalu lintas, lahan parkir, ekspansi, dan lingkungan), dan kepuasan konsumen (Y) terdiri dari tiga indikator (kepuasan konsumen terhadap kualitas produk atau layanan, rasio harga-kinerja, dan hubungan konsumen dengan bisnis yang lebih luas. Dalam proses analisis ini, peneliti menggunakan alat bantu berupa perangkat lunak statistik, yaitu SPSS 31 untuk mempermudah melakukan penghitungan, pengujian hipotesis, serta interpretasi hasil secara objektif dan diukur.

Untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antar variabel dalam penelitian ini, model hipotesis disajikan pada gambar berikut:



Gambar 4. Model Hipotesis

H1: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warung Gunung Kubua Jawi Kabupaten Lima Puluh Kota.

H2: Diduga lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warung Gunung Kubua Jawi Kabupaten Lima Puluh Kota.

H3: Diduga kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warung Gunung Kubua Jawi Kabupaten Lima Puluh Kota.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Uji Validitas

Berikut penjelasan hasil uji validitas pada setiap variabel:

Tabell. Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1.1	0,587	0,1966	Valid
	X1.2	0,603	0,1966	Valid
	X1.3	0,643	0,1966	Valid
	X1.4	0,613	0,1966	Valid
	X1.5	0,599	0,1966	Valid
	X1.6	0,531	0,1966	Valid
	X1.7	0,722	0,1966	Valid
	X1.8	0,627	0,1966	Valid
	X1.9	0,716	0,1966	Valid
	X1.10	0,608	0,1966	Valid
Lokasi	X2.1	0,490	0,1966	Valid
	X2.2	0,477	0,1966	Valid
	X2.3	0,471	0,1966	Valid
	X2.4	0,592	0,1966	Valid
	X2.5	0,532	0,1966	Valid
	X2.6	0,719	0,1966	Valid
	X2.7	0,807	0,1966	Valid
	X2.8	0,488	0,1966	Valid
	X2.9	0,484	0,1966	Valid
	X2.10	0,730	0,1966	Valid
	X2.11	0,656	0,1966	Valid
	X2.12	0,625	0,1966	Valid
Kepuasan Konsumen	Y.1	0,674	0,1966	Valid
	Y.2	0,706	0,1966	Valid
	Y.3	0,553	0,1966	Valid
	Y.4	0,604	0,1966	Valid
	Y.5	0,632	0,1966	Valid
	Y.6	0,659	0,1966	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 1 didapatkan hasil uji validitas untuk seluruh item pernyataan yang mengukur variabel kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2), dan kepuasan konsumen (Y) memiliki r hitung > r tabel 0,1966. Karena itu, semua item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan kepuasan konsumen dapat dinyatakan valid serta layak digunakan dalam penelitian ini.

3.2 Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Ketetapan	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,820	0,60	Reliabel
Lokasi (X2)	0,800	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,700	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 2 hasil uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* dapat diketahui nilai-nilai α sebesar 0,820, 0,800, dan 0,700 artinya $\alpha > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam penelitian ini memiliki reliabilitas atau konsistensi yang baik mengukur variabel kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2), dan kepuasan konsumen (Y).

3.3 Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>			
		<i>Unstandardized Residual</i>	
N		100	
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000	
	<i>Std. Deviation</i>	1.69782101	
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.048	
	<i>Positive</i>	.042	
	<i>Negative</i>	-.048	
<i>Test Statistic</i>		.048	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)^c</i>		.200 ^d	
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed)^e</i>	<i>Sig.</i>	.836	
	<i>99% Confidence Interval</i>	<i>Lower Bound</i>	.826
		<i>Upper Bound</i>	.845
<i>a. Test distribution is Normal.</i>			
<i>b. Calculated from data.</i>			
<i>c. Lilliefors Significance Correction.</i>			
<i>d. This is a lower bound of the true significance.</i>			
<i>e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.</i>			

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 3 *one sample kolmogorov-smirnov test* diketahui pengujian normalitas untuk data diatas menunjukkan bahwa pada model regresi berganda yang dibuat telah mengikuti distribusi normal. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig. (2 Tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini data berdistribusi normal.

3.4 Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1.218	2.327		-.523	.602		
Kualitas Pelayanan (X1)	.270	.070	.359	3.835	<,001	.485	2.062
Lokasi (X2)	.356	.071	.468	4.998	<,001	.485	2.062

a. *Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)*

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 4 hasil uji multikolinearitas diatas, nilai VIF pada semua variabel independen kualitas pelayanan (X1) dan lokasi(X2) masing-masing memiliki nilai VIF 2,062 dan nilai *tolerance* masing-masing adalah 0,485. Semua nilai VIF bernilai lebih kecil dari 10 dan semua nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. Hal tersebut membuktikan bahwa tidak terdapat masalah pada multikolinearitas antara variabel independen pada model regresi ini.

3.5 Uji Heterokedastisitas

Tabel 5. Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.666	1.337		.498	.619
	Kualitas Pelayanan (X1)	.010	.040	.035	.243	.809
	Lokasi (X2)	.007	.041	.025	.168	.867

a. *Dependent Variable: Abs_RES*

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

Pada tabel 5 hasil uji aumsi klasik heterokedastisitas menunjukkan nilai sig variabel kualitas pelayanan 0,809 $> 0,05$ atau tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk variabel lokasi nilai sig 0,867 $> 0,05$ atau dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas. Maka, sesuai pengambilan keputusan uji heterokedastisitas dengan uji glejser tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi pada penelitian ini.

3.6 Uji Regresi Linear Berganda

Berikut adalah hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan menggunakan program *IBM SPSS for Windows* Versi 31:

Tabel 6. Uji Heterokedastisitas

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	<i>(Constant)</i>	-1.218	2.327		-.523	.602
	Kualitas Pelayanan (X1)	.270	.070	.359	3.835	<,001
	Lokasi (X2)	.356	.071	.468	4.998	<,001

a. *Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)*

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 5.6 hasil uji regresi linear berganda yang diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = -1,218 + 0,270 X_1 + 0,356 X_2$$

Berdasarkan persamaan tersebut digambarkan sebagai berikut::

- Konstanta menunjukkan nilai -1,218 artinya adalah apabila tidak ada kualitas pelayanan dan lokasi (variabel independen), maka nilai konsisten kepuasan konsumen (variabel dependen) -1,218 (berkurang 1,218)
- Koefisien untuk kualitas pelayanan sebesar 0,270 dengan nilai signifikansi 0,001 menunjukkan pengaruh yang signifikansi antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, sehingga apabila mengalami adanya peningkatan pada kualitas pelayanan, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.
- Koefisien untuk lokasi memiliki nilai sebesar 0,356 dengan nilai signifikansi 0,001 menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikansi antara lokasi dan kepuasan konsumen, sehingga apabila terjadi peningkatan pada lokasi, maka kepuasan konsumen juga akan mengalami peningkatan.

3.7 Uji Parsial (uji t)

Tabel 7. Uji Parsial (uji t)

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	<i>(Constant)</i>	-1.218	2.327		-.523	.602
	Kualitas Pelayanan (X1)	.270	.070	.359	3.835	<,001
	Lokasi (X2)	.356	.071	.468	4.998	<,001

a. *Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)*

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 5.30 hasil uji untuk analisis regresi, dapat dilihat nilai koefisien (t) dan sig untuk masing-masing variabel independen:

- 1) Kualitas Pelayanan
Nilai t-hitung sebesar 3,835 > t-tabel 1,660 begitu juga dengan nilai Sig 0,001 < 0,05 hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima, dimana variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Warung Gunung Kubua Jawi. Ini berarti kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen mempengaruhi kepuasan konsumen.
- 2) Lokasi
Nilai t-hitung sebesar 4,998 > t-tabel 1,660 begitu juga dengan nilai Sig 0,001 < 0,05 hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima dimana variabel lokasi (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Gunung Kubua Jawi. Hal ini berarti lokasi Warung Gunung Kubua Jawi dapat mempengaruhi konsumen untuk merasakan kepuasan.

3.8 Uji Simultan (uji F)

Berikut ini tabel hasil uji F pada hasil penelitian ini:

Tabel 8. Uji Simultan (uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	407.613	2	203.806	69.274	<,001 ^b
	Residual	285.377	97	2.942		
	Total	692.990	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)						
b. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Kualitas Pelayanan (X1)						

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 8 hasil uji F (Anova) menunjukkan bahwa model regresi memiliki nilai sebesar 69,274 maka melebihi nilai F_{tabel} 3,09 dan signifikansi yang baik dengan nilai 0,001 nilai ini mengartikan bahwa variabel independen kualitas pelayanan dan lokasi secara signifikansi mempengaruhi variabel dependen kepuasan konsumen.

3.9 Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 ^a	.588	.580	1.715
a. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Kualitas Pelayanan (X1)				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)				

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 9 apabila terdapat lebih dari dua variabel independen dalam penelitian, maka hasil uji koefisien determinasi yang akan dicantumkan adalah nilai yang ada dalam *adjusted R square*. Berdasarkan nilai output *model summary* diatas, diketahui nilai *adjusted R square* sebesar 0,580. Nilai koefisien determinasi

sebesar 0,580 atau 58%. Artinya pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi memberikan kontribusi sebesar 58% terhadap kepuasan konsumen pada Warung Gunung Kubua Jawi, sementara itu sekitar 42% dipengaruhi oleh faktor- faktor lain yang tidak terdapat dalam model regresi ini.

3.10 Pembahasan

3.10.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian yang dilakukan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki t hitung sejumlah $3,835 > t$ tabel $1,660$ dan $Sig\ 0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini sejalan dengan temuan Sangian et al. (2025) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada layanan transportasi online InDrive di Minahasa Utara. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh Hadi & Narung (2025) pada Aerotravel Mataram serta Wibowo & Athanasius (2025) pada Starbucks Gajah Mada Semarang, di mana kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Warung Gunung Kubua Jawi telah mampu memberikan pelayanan yang baik sehingga konsumen merasakan kepuasan. Pelayanan yang diberikan dinilai konsisten, ramah, dan responsif, meskipun masih terdapat kekurangan terutama pada aspek fasilitas dan penataan yang perlu ditingkatkan. Dengan adanya perbaikan pada bagian tersebut, kualitas pelayanan dapat lebih optimal dan mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

3.10.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian yang dilakukan pada lokasi terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa lokasi memiliki t hitung sejumlah $4,998 > t$ tabel $1,660$ dan $Sig\ 0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini sejalan dengan Putri et al. (2025) yang menemukan adanya hubungan positif dan signifikan antara lokasi dan kepuasan konsumen pada Rocket Chicken cabang Mastrip, Kota Probolinggo. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa penentuan lokasi yang tepat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil serupa juga diperoleh oleh Aryansyah & Afdal (2025) yang menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen di pasar pagi Kota Pangkalpinang, serta oleh Susila & Assaf (2025) yang menemukan pengaruh signifikan lokasi terhadap kepuasan konsumen restoran cepat saji di Medan, terutama terkait aksesibilitas, kemudahan parkir, dan visibilitas usaha.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi pada Warung Gunung Kubua Jawi secara keseluruhan memperoleh penilaian baik dan berkontribusi positif terhadap kepuasan konsumen. Kemudahan akses, kejelasan petunjuk arah, kelancaran lalu lintas menuju lokasi, serta lingkungan yang nyaman dan alami menjadi faktor yang mendorong konsumen merasa puas ketika berkunjung. Selain itu, keberadaan ruang untuk ekspansi juga memberikan potensi pengembangan usaha di masa mendatang. Namun demikian, area parkir masih menjadi aspek dengan penilaian terendah, meskipun tetap berada dalam kategori baik. Oleh karena itu, peningkatan pada pengelolaan dan keamanan parkir perlu dilakukan agar seluruh dimensi lokasi dapat memberikan pengalaman yang optimal bagi konsumen, sehingga kepuasan dapat terus terjaga secara berkelanjutan.

3.10.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian yang dilakukan pada kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen yang didapatkan dari hasil uji simultan (uji F), menunjukkan bahwa pada kualitas pelayanan dan lokasi mempunyai nilai F hitung $69,274$ maka melebihi nilai F tabel $3,09$ dan $Sig\ 0,001 < 0,05$. Mengindikasikan kualitas pelayanan dan lokasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini sejalan dengan temuan Mauludinet al. (2025) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Yamaha Bahana Sukabumi, baik secara parsial maupun simultan. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh Sagala & Lubis (2025) pada Lestari Bakery Cake and Shop, serta oleh Wirani et al. (2025) pada Gart Foto Studio, di mana kualitas pelayanan dan lokasi terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan semakin strategis lokasi usaha, maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konsumen Warung Gunung Kubua Jawi secara umum merasa puas terhadap produk, pelayanan, dan lokasi yang ditawarkan. Kualitas rasa makanan dan minuman dinilai konsisten, pelayanan dianggap ramah serta profesional, dan harga dipersepsikan sebanding dengan kualitas yang diterima, meskipun sebagian kecil konsumen menilai porsi masih perlu disesuaikan.

Hubungan yang baik antara pihak warung dan konsumen turut memperkuat kepuasan, sehingga pelanggan merasa dihargai dan diterima dengan baik. Namun demikian, terdapat beberapa aspek yang masih memerlukan perhatian, terutama fasilitas, penampilan karyawan, serta area parkir yang dinilai relatif lebih rendah. Dengan adanya perbaikan pada aspek-aspek tersebut, Warung Gunung Kubua Jawi berpotensi meningkatkan kualitas pengalaman konsumen dan mempertahankan tingkat kepuasan secara berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Warung Gunung Kubua Jawi, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik pelayanan yang diberikan, maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Selain itu, lokasi juga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, di mana kenyamanan dan kemudahan akses menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan saat berkunjung. Secara simultan, kualitas pelayanan dan lokasi terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berada pada kategori baik hingga sangat baik. Responden memberikan penilaian positif terhadap aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, serta bukti fisik, meskipun perlu peningkatan pada fasilitas fisik seperti lahan parkir. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan dan pengelolaan lokasi yang lebih optimal dapat memperkuat tingkat kepuasan konsumen di Warung Gunung Kubua Jawi.

Referensi

1. Akakip, D. E. F., Ariwijaya, H., & Milang, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Luwuk. *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 09 (1), 485–500.
2. Anhar, Haryanti, I., & Hamidah, K. N. (2024). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Receh Coffee. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 2(3), 52–58.
3. Aryansyah, F. A., & Afdal. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Pagi di Kota Pangkalpinang. *Journal of Accounting and Finance Management*, 5(6), 1441–1450.
4. Hadi, K., & Narung, G. G. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Aerotravel Mataram. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 1275–1282.
5. Hafidz, P. G., & Muslimah, U. R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (JIMEA)*, 7(1), 253–274. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Humaniora*, 7(1), 47–58.
6. Laia, B. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.
7. Mauludin, A., Andari, T. T., & Samsuri. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Servis Pada Yamaha Bahana Sukabumi. *Journal Syxtax Idea*, 6(2), 284–293.
8. Mauludin, A., Andari, T. T., & Samsuri. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Servis Pada Yamaha Bahana Sukabumi. *Journal Syxtax Idea*, 6(2), 284–293.
9. Pratiwi, D. N., Dimiyati, M., & Supeni, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Gephok Pak Giek Jember. *Riempa - Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 1–13.
10. Putri, A. J. S., Huzdafidah, K., & Widayanto, T. M. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Rocket Chicken Matrip Kota Probolinggo. *Economics and Financial*, 7(2), 1087–1103.
11. Sagala, A. S. F., & Lubis, W. N. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Lestari Bakery Cake and Shop Sidikalang. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2), 2828–2571.
12. Sangian, C. J., Tatimu, V., & Mukuan, S. . D. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Indrive pada Masyarakat Desa Watutumou Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara. *Productivity*, 6(1), 63–68.
13. Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Cv. Alfabeta.
14. Susila, I., & Assaf, A. R. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Astro Puteri Berri Cabang Kadungora Kabupaten Garut. *Jurnal Inspirasi Ilmu Manajemen*, 4(1), 32–37.
15. Wibowo, A. V., & Athanasius, S. S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Store Atmosphere, dan Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Konsumen Di Starbucks Gajah Mada Semarang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi dan Perpajakan (JEMAP)*, 8(1), 85–103.
16. Wirani, T. A., Putri, N. A., Rismasian, A. F., Zega, S. M., Fariz, R., Aulya, P. S., & Nurhasanah, S. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Gart Foto Studio. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 22405–22411.