



## Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen di Tommy Salon Cabang Pamulang Timur

Amanda Nur Halizah, Putri Nilam Kencana

Program Studi Manajemen Program Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

[amandanur.25@gmail.com](mailto:amandanur.25@gmail.com)\*, [dosen01877@unpam.ac.id](mailto:dosen01877@unpam.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Tommy Salon Cabang Pamulang Timur. Jenis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen salon, dengan sampel 96 responden yang ditentukan melalui teknik sampling tertentu. Analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear sederhana dan berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, serta uji hipotesis (uji  $t$  dan uji  $F$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial lokasi ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Persamaan regresi yang diperoleh adalah  $Y = 0,156 + 1,009X_1$ , dengan koefisien korelasi 0,965 (hubungan sangat kuat) dan koefisien determinasi 93,1%. Uji  $t$  menghasilkan nilai 35,882 > 1,985 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Fasilitas ( $X_2$ ) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan persamaan regresi  $Y = 2,364 + 0,933X_2$ . Koefisien korelasi sebesar 0,935 (hubungan sangat kuat) dan koefisien determinasi 87,4%. Uji  $t$  menunjukkan nilai 25,552 > 1,985 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Secara simultan, lokasi dan fasilitas berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 0,407 + 0,661X_1 + 0,352X_2$ . Koefisien korelasi sebesar 0,969 (hubungan sangat kuat) dan koefisien determinasi 93,9%. Uji  $F$  menghasilkan nilai 645,396 > 3,09 dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, lokasi dan fasilitas bersama-sama memengaruhi kepuasan konsumen Tommy Salon Cabang Pamulang Timur.

Kata kunci: Lokasi; Fasilitas; Kepuasan Konsumen; Tommy Salon.

### 1. Latar Belakang

Perkembangan dunia fashion dan kecantikan telah ada sejak dulu, keduanya mengalami perkembangan yang pesat dan mengikuti trend perkembangan yang lebih baru lagi di setiap waktu, khususnya untuk kalangan wanita. Wanita tidak hanya fokus pada apa yang dikenakan dan dapat menutupi bagian tubuh, lebih dari itu wanita menjadikan pilihan fashion untuk ciri khas dirinya. Pada zaman modern sekarang ini, di kalangan wanita terdapat sebuah trend yang semakin meluas di mana banyak dari mereka memilih untuk pergi ke salon kecantikan guna melakukan berbagai macam treatment kecantikan dengan tujuan untuk meningkatkan dan menunjang penampilan mereka. Salon kecantikan adalah usaha di bidang jasa yang tujuannya untuk memperbaiki dan mempercantikan penampilan fisik, dari berbagai jenis perawatan yang ditawarkan.

Bisnis salon kecantikan sekarang berkembang sangat pesat, yang diakibatkan karena sadarnya para wanita dalam merawat diri dari ujung rambut hingga ujung kaki. Dengan adanya kemajuan teknologi dan inovasi di industri kecantikan, salon-salon modern juga menawarkan beragam jenis perawatan yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan dan preferensi konsumen, mulai dari facial, hair treatment, manicure, pedicure, hingga treatment tubuh lainnya. Dalam pandangan tentang kecantikan dan perawatan diri di kalangan wanita saat ini, Dimana pergi ke salon telah menjadi suatu kegiatan yang umum dan sering dilakukan sebagai bagian dari rutinitas perawatan diri sehari-hari bagi sebagian besar wanita, tidak hanya menjadi bagian dari upaya untuk mempercantik diri tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup yang berkembang pesat pada era saat ini.

Semakin tinggi peminat salon kecantikan, dapat menjadi peluang bagi pelaku bisnis dan prospek yang besar dalam membangun bisnis jasa salon kecantikan. Saat ini sangat banyak orang yang membutuhkan dan menggunakan perawatan di salon kecantikan, membuat salon kecantikan saling berkompetisi untuk berada di posisi yang strategis dan menyediakan fasilitas yang sebaik mungkin, lokasi dan fasilitas yang akan membuat konsumen merasa aman dan nyaman ketika sedang melakukan perawatan di salon kecantikan tersebut. Dengan maraknya bermunculan

berbagai macam salon kecantikan, maka berdampak pula pada tingginya persaingan untuk mendapatkan konsumen agar perusahaan dapat terus tumbuh dan menambah keuntungan. Salah satunya salon kecantikan yang cukup populer di daerah Pamulang Timur adalah Tommy Salon.

Tommy Salon Cabang Pamulang Timur berdiri sejak 2003 yang memiliki tujuan untuk memberikan pelayanan kecantikan ke para konsumen. Di awal berdirinya, Tommy Salon hanya memberikan pelayanan dengan lokasi dan fasilitas yang belum berkembang seperti sekarang. Mengikuti zaman pun Tommy salon mulai berkembang terhadap fasilitas dan lokasinya. Semua ini dilakukan agar konsumen dapat kenyamanan. Untuk mengetahui data pendapatan Tommy Salon Cabang Pamulang Timur, maka dapat dilihat dari hasil penjualan periode 2020-2024 sebagai berikut:

Tabel 1.1. Target dan Pendapatan Tommy Salon Cabang Pamulang Timur Tahun 2020 - 2024

Tahun	Target (Rp)	Actual (Rp)	Presentase	Keterangan
2020	900.000.000	748.322.000	83,14%	Tidak Tercapai
2021	1.020.000.000	801.554.000	78,58%	Tidak Tercapai
2022	1.130.000.000	862.447.000	76,32%	Tidak Tercapai
2023	1.200.000.000	789.238.000	65,76%	Tidak Tercapai
2024	1.300.000.000	706.915.000	54,37%	Tidak Tercapai

Sumber: Data Penjualan dari Tommy Salon Cabang Pamulang Timur

Berdasarkan tabel 1.1 diatas pendapatan yang terus tidak mencapai target dari tahun 2020–2024, dapat dilihat bahwa kepuasan konsumen menurun. Ketidaktercapaian target menunjukkan bahwa layanan yang diberikan belum sesuai harapan, kualitas layanan belum konsisten, serta membuat konsumen kurang berminat untuk melakukan pembelian ulang. Dampaknya, konsumen juga menjadi kurang tertarik merekomendasikan Tommy Salon Cabang Pamulang Timur kepada orang lain. Selain itu, penurunan ini dapat mengindikasikan bahwa keluhan atau masalah yang dialami pelanggan belum tertangani dengan baik sehingga mereka memilih beralih ke tempat lain dengan contoh lokasi yang kurang strategis dan fasilitas yang belum memadai.

Melihat kondisi tersebut, pada saat ini perusahaan berusaha memberikan lokasi yang baik untuk menarik hati konsumen. Adapun yang menyebabkan konsumen mengalami penurunan antara lain yaitu masalah fasilitas yang kurang baik, dengan adanya keterlambatan mengatasi complain konsumen. Menurut Christian et.al (2016) dalam Roselina (2019), kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas ataupun yang merasa belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap menu, harga, fasilitas dan pelayanan yang disediakan.

Dengan demikian Perusahaan dituntut untuk memberikan lokasi dan fasilitas yang sesuai agar konsumen merasa puas dengan pelayanannya diharapkan pada akhirnya akan berdampak terhadap peningkatan pendapatan pada Tommy Salon Cabang Pamulang Timur. Hal ini dapat dilihat dari jumlah data pelanggan Tommy Salon Cabang Pamulang Timur pada tahun 2020-2024:

Tabel 1.2. Total Pengunjung Tommy Salon Cabang Pamulang Timur Pada Tahun 2021-2024

Tahun	Target	Actual	Presentase	Keterangan
2020	11.000	10.660	96,90%	Tidak Tercapai
2021	13.000	12.931	99,46%	Tercapai
2022	15.000	9.185	61,23%	Tidak Tercapai
2023	17.000	7.556	44,44%	Tidak Tercapai
2024	19.000	6.935	36,05%	Tidak Tercapai

Sumber: Tommy Salon 2024

Berdasarkan tabel 1.2 data pengunjung Tommy Salon tahun 2020–2024, terlihat adanya naik-turun jumlah kunjungan yang menunjukkan bahwa harapan konsumen tidak selalu terpenuhi secara konsisten, sehingga beberapa periode mengalami penurunan cukup jelas. Fluktuasi ini juga dapat mencerminkan bahwa kualitas produk dan layanan belum stabil, sehingga tidak semua konsumen merasa ingin melakukan kunjungan ulang.

Perubahan jumlah pengunjung dari tahun ke tahun mengisyaratkan bahwa rekomendasi kepada orang lain mungkin belum kuat, karena pengalaman konsumen berbeda-beda. Selain itu, pola kunjungan yang menurun di beberapa bulan menunjukkan adanya keluhan atau masalah yang mungkin belum sepenuhnya teratasi sehingga memengaruhi keputusan konsumen untuk datang kembali. Berikut adalah hasil pra-survey konsumen terhadap kepuasan konsumen Tommy Salon Cabang Pamulang Timur:

Tabel 1.3. Hasil Pra Survey Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Tommy Salon Cabang Pamulang Timur

No.	Indikator Kepuasan Konsumen	Pernyataan	Jawaban		Jumlah Responden
			Setuju	Tidak Setuju	
1.	Keandalan (Reliability)	Karyawan Tommy Salon memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen.	9	21	30
2.		Hasil perawatan yang diberikan Tommy Salon sesuai dengan harapan konsumen.	6	24	30
3.	Keresponsifan (Responsiveness)	Karyawan Tommy Salon dengan cepat merespons kebutuhan dan permintaan konsumen	10	20	30
4.		Karyawan Tommy Salon bersedia membantu konsumen ketika mengalami kesulitan atau keluhan.	8	22	30
5.	Keyakinan (Confidence)	Karywan Tommy Salon memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik dalam memberikan pelayanan.	9	21	30
6.		Konsumen merasa aman dan percaya saat melakukan perawatan di Tommy Salon.	9	21	30
7.	Empati (Emphaty)	Karyawan Tommy Salon memberikan perhatian secara personal kepada setiap konsumen.	8	22	30
8.		Karyawan Tommy Salon memahami dan keinginan konsumen dengan baik.	6	24	30
9	Berwujud (Tangible)	Fasilitas dan peralatan yang digunakan Tommy Salon dalam kondisi bersih dan layak pakai.	8	22	30
10		Penampilan karyawan serta kondisi ruangan Tommy Salon terlihat rapi dan nyaman.	6	24	30

*Sumber:* Pra Survey

Berdasarkan Tabel 1.3 hasil pra-survey terhadap 30 responden mengenai kepuasan konsumen Tommy Salon Cabang Pamulang Timur, diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen masih tergolong rendah. Hal ini terlihat dari dominasi jawaban “tidak setuju” pada hampir seluruh pernyataan. Pada indikator kesesuaian harapan,

sebagian besar responden menyatakan bahwa lokasi dan fasilitas yang tersedia belum sesuai dengan harapan konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa letak salon yang kurang strategis, area parkir yang terbatas, serta fasilitas ruang tunggu yang kurang nyaman menjadi faktor yang menyebabkan harapan konsumen belum terpenuhi. Selain itu, kualitas produk dan pelayanan juga dinilai belum sesuai dengan ekspektasi, misalnya hasil perawatan rambut yang kurang rapi, hasil potongan yang tidak sesuai permintaan, atau penggunaan produk perawatan yang kurang cocok dengan jenis rambut konsumen.

Pada indikator kualitas produk atau layanan, responden menilai bahwa fasilitas yang tersedia belum memberikan kenyamanan selama menggunakan jasa. Hal ini terlihat dari keluhan konsumen terhadap ruang salon yang sempit, kursi perawatan yang kurang nyaman, pencahayaan yang kurang terang, serta sirkulasi udara yang kurang baik sehingga ruangan terasa panas atau pengap. Pelayanan karyawan juga dinilai belum memuaskan, seperti kurang ramah dalam melayani, kurang teliti saat melakukan perawatan, serta kurang responsif ketika konsumen membutuhkan bantuan atau informasi. Pada indikator minat untuk pembelian ulang, sebagian besar responden menyatakan tidak berminat untuk kembali menggunakan jasa di salon tersebut. Hal ini disebabkan oleh pengalaman pelayanan yang kurang memuaskan, hasil perawatan yang tidak sesuai harapan, serta kurangnya kepercayaan konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan. Kondisi ini juga diperkuat oleh pernyataan bahwa kualitas produk dan pelayanan belum mampu mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Pada indikator rekomendasi kepada orang lain, responden cenderung tidak bersedia merekomendasikan salon kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum merasa puas dengan pelayanan yang diterima, sehingga mereka ragu untuk menyarankan salon kepada teman atau keluarga. Beberapa konsumen juga menyatakan bahwa mereka tidak akan menyarankan penggunaan produk atau jasa di salon tersebut karena kualitas layanan yang dirasakan belum optimal. Pada indikator keluhan atau masalah yang teratasi, responden menilai bahwa keluhan yang disampaikan belum ditangani dengan baik oleh pihak salon. Keluhan yang sering dirasakan konsumen antara lain lamanya waktu pelayanan, hasil perawatan yang kurang sesuai permintaan, kurangnya perhatian karyawan terhadap kebutuhan konsumen, serta respon yang kurang cepat ketika terjadi masalah. Selain itu, konsumen juga merasa kurang diperhatikan secara personal, seperti karyawan yang jarang memberikan saran perawatan sesuai jenis rambut, kurang komunikasi selama proses perawatan, serta kurangnya sikap peduli terhadap kenyamanan konsumen.

Dari sisi bukti fisik, konsumen menilai bahwa kondisi fasilitas dan lingkungan salon belum sepenuhnya memberikan kenyamanan. Beberapa aspek yang dikeluhkan meliputi kebersihan ruangan yang kurang terjaga, seperti lantai yang kotor oleh sisa rambut, peralatan salon yang kurang rapi, cermin yang kurang bersih, serta perlengkapan perawatan yang terlihat kurang higienis. Selain itu, penampilan karyawan juga dinilai kurang profesional, misalnya penggunaan seragam yang kurang rapi atau penampilan yang kurang mencerminkan standar pelayanan salon. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas di Tommy Salon Cabang Pamulang Timur masih perlu ditingkatkan agar dapat memenuhi harapan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Menurut peneliti lokasi yang dijadikan tempat usaha untuk Tommy Salon Cabang Pamulang Timur cukup strategis namun karena jalanan yang padat dan banyak aktifitas disekitar, cukup mengganggu akses masuk dan keluarnya kendaraan dari tempat parkir Tommy Salon Cabang Pamulang Timur. Berikut adalah hasil pra-survey konsumen terhadap lokasi Tommy Salon Cabang Pamulang Timur.

Tabel 1.4. Hasil Pra Survey Konsumen Terhadap Lokasi Tommy Salon Cabang Pamulang Timur

No.	Indikator Lokasi	Pernyataan	Jawaban		Jumlah Responden
			Setuju	Tidak Setuju	
1.	Akses	Lokasi Tommy Salon Cabang Pamulang Timur tidak mudah dijangkau oleh kendaraan umum maupun pribadi.	28	2	30
2.	Visibilitas	Lokasi Tommy Salon Cabang Pamulang Timur tidak mudah terlihat dari jalan utama atau area strategis.	24	6	30

No.	Indikator Lokasi	Pernyataan	Jawaban		Jumlah Responden
			Setuju	Tidak Setuju	
3.	Lalu Lintas ( <i>Traffic</i> )	Kondisi lalu lintas di sekitar lokasi Tommy Salon Cabang Pamulang Timur tidak terlalu padat sehingga memudahkan akses.	10	20	30
4.	Tempat parkir	Area parkir di lokasi Tommy Salon Cabang Pamulang Timur tidak mudah diakses dan aman.	24	6	30
5.	Ekspansi	Lokasi Tommy Salon Cabang Pamulang Timur tidak memiliki potensi untuk dilakukan perluasan atau pengembangan.	25	5	30
6.	lingkungan	Lokasi Tommy Salon Cabang Pamulang Timur berada di lingkungan yang aman dan nyaman.	8	28	30
7.	persaingan	Jumlah pesaing di sekitar lokasi Tommy Salon Cabang Pamulang Timur tidak berada pada tingkat yang wajar.	24	6	30
8.	Peraturan Pemerintah	Lokasi Tommy Salon Cabang Pamulang Timur tidak memenuhi semua persyaratan hukum dan izin dari pemerintah.	25	5	30

*Sumber: Pra Survey*

Berdasarkan Tabel 1.4 hasil pra-survey terhadap 30 responden mengenai lokasi Tommy Salon Cabang Pamulang Timur, diketahui bahwa terdapat beberapa permasalahan lokasi yang dirasakan oleh konsumen. Hal ini terlihat dari dominasi jawaban “setuju” pada sebagian besar pernyataan yang menunjukkan bahwa lokasi salon dinilai kurang mendukung kenyamanan dan kemudahan akses bagi konsumen. Pada indikator akses, sebanyak 28 dari 30 responden menyatakan setuju bahwa lokasi Tommy Salon Cabang Pamulang Timur tidak mudah dijangkau oleh kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Kondisi ini disebabkan oleh letak salon yang berada di dalam kawasan permukiman dan tidak berada langsung di tepi jalan utama. Untuk mencapai lokasi salon, konsumen harus melewati jalan lingkungan yang relatif sempit, sehingga kendaraan umum seperti angkutan kota tidak melintasi area tersebut. Selain itu, titik pemberhentian kendaraan umum berada cukup jauh dari lokasi salon, sehingga konsumen harus melanjutkan perjalanan dengan berjalan kaki atau menggunakan ojek. Bagi pengguna kendaraan pribadi, akses menuju salon juga kurang praktis karena jalan masuk yang sempit dan tidak langsung terlihat dari jalur utama.

ada indikator visibilitas, sebanyak 24 responden menyatakan setuju bahwa lokasi salon tidak mudah terlihat dari jalan utama atau area strategis. Hal ini terjadi karena posisi bangunan salon tertutup oleh bangunan rumah dan usaha lain di sekitarnya, serta tidak adanya papan nama yang mencolok dan mudah dikenali. Akibatnya, keberadaan salon kurang terlihat oleh pengguna jalan, sehingga calon konsumen sulit menemukan lokasi salon, terutama bagi pelanggan baru yang belum familiar dengan area tersebut. Pada indikator tempat parkir, sebanyak 24 responden menyatakan setuju bahwa area parkir di lokasi salon tidak mudah diakses dan kurang aman. Berdasarkan kondisi fisik lokasi, area parkir yang tersedia hanya mampu menampung sekitar 3–5 sepeda motor dan maksimal 1 mobil. Ketika jumlah pengunjung meningkat, sebagian konsumen terpaksa memarkir kendaraan di pinggir jalan atau di area sekitar yang tidak resmi. Kondisi ini menyebabkan kesulitan keluar-masuk kendaraan serta menimbulkan kekhawatiran terhadap keamanan kendaraan, mengingat area parkir tidak dilengkapi dengan sistem pengawasan khusus.

Pada indikator ekspansi, sebanyak 25 responden menyatakan setuju bahwa lokasi Tommy Salon Cabang Pamulang Timur tidak memiliki potensi untuk dilakukan perluasan atau pengembangan usaha. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan lahan di sekitar bangunan salon yang sudah dipenuhi oleh bangunan permanen seperti rumah tinggal dan usaha lain. Tidak adanya ruang kosong di sekitar salon membuat pihak pengelola sulit untuk memperluas area pelayanan, menambah ruangan perawatan, maupun memperluas area parkir. Kondisi ini menunjukkan bahwa secara fisik lokasi salon kurang mendukung pengembangan usaha dalam jangka panjang. Pada indikator persaingan, sebanyak 24 responden menyatakan setuju bahwa jumlah pesaing di sekitar lokasi tidak berada pada tingkat yang wajar. Di sekitar lokasi salon terdapat beberapa usaha salon dan jasa perawatan kecantikan lain dalam jarak yang relatif dekat, sehingga konsumen memiliki banyak alternatif pilihan. Kondisi ini menyebabkan daya tarik lokasi Tommy Salon menjadi lebih rendah, terutama jika dibandingkan dengan pesaing yang memiliki lokasi lebih strategis atau fasilitas yang lebih lengkap.

Pada indikator peraturan pemerintah, mayoritas responden (25 orang) menyatakan setuju bahwa lokasi Tommy Salon Cabang Pamulang Timur belum sepenuhnya memenuhi persyaratan hukum dan perizinan. Hal ini disebabkan tidak adanya informasi legalitas usaha yang terlihat jelas oleh konsumen, sehingga menimbulkan keraguan terhadap aspek legalitas usaha salon. Sementara itu, pada indikator lalu lintas dan lingkungan, sebagian besar responden menyatakan tidak setuju bahwa kondisi lalu lintas terlalu padat dan lingkungan tidak aman. Hal ini menunjukkan bahwa arus lalu lintas di sekitar salon relatif lancar dan lingkungan tergolong cukup aman. Meskipun demikian, permasalahan lokasi tetap terdapat pada aspek akses, visibilitas, parkir, potensi pengembangan, persaingan, dan persepsi legalitas.

Menurut peneliti fasilitas yang disediakan Tommy Salon Cabang Pamulang Timur cukup nyaman namun karena keterbatasan ruang yang padat, cukup mengurangi kestabilan fasilitas Tommy Salon Cabang Pamulang Timur. Berikut adalah hasil pra-survey konsumen terhadap fasilitas Tommy Salon Cabang Pamulang Timur:

Tabel 1.5. Hasil Pra Survey Konsumen Terhadap Fasilitas Tommy Salon Cabang Pamulang Timur

No.	Indikator Fasilitas	Pernyataan	Jawaban		Jumlah Responden
			Setuju	Tidak Setuju	
1.	Desain	Fasilitas yang tersedia memiliki desain yang tidak modern dan menarik.	19	11	30
2.		Desain fasilitas tidak memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna.	25	5	30
3.	Nilai Fungsi	Setiap fasilitas mendukung aktivitas utama yang dilakukan.	6	24	30
4.		Fungsi fasilitas tidak sesuai dengan kebutuhan pengguna.	24	6	30
5.	Estetika	Fasilitas tidak memiliki penampilan yang menarik secara visual.	20	10	30
6.		Fasilitas tidak dirancang dengan memperhatikan keindahan dan keserasian lingkungan.	19	11	30
7.	Kondisi Yang Mendukung	Fasilitas tidak selalu dalam kondisi yang bersih dan rapi.	25	5	30
8.		Lingkungan di sekitar fasilitas aman dan nyaman untuk digunakan.	8	22	30

No.	Indikator Fasilitas	Pernyataan	Jawaban		Jumlah Responden
			Setuju	Tidak Setuju	
9.	Peralatan Penunjang	Peralatan penunjang yang tersedia tidak berada dalam kondisi baik dan siap digunakan.	28	2	30
10.		Jumlah peralatan penunjang tidak mencukupi kebutuhan pengguna.	24	6	30

*Sumber:* pra survey

Berdasarkan Tabel 1.5 hasil pra-survey terhadap 30 responden mengenai fasilitas Tommy Salon Cabang Pamulang Timur, diketahui bahwa masih terdapat berbagai permasalahan fasilitas yang dirasakan oleh konsumen. Hal ini terlihat dari dominasi jawaban “setuju” pada beberapa pernyataan yang menunjukkan bahwa fasilitas salon belum sepenuhnya mendukung kenyamanan dan kebutuhan pengguna jasa. Pada indikator desain, sebanyak 19 responden menyatakan setuju bahwa desain fasilitas tidak modern dan kurang menarik, serta 25 responden menyatakan setuju bahwa desain fasilitas belum memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna. Kondisi ini terlihat dari tata ruang salon yang masih sederhana, penggunaan warna ruangan yang monoton, pencahayaan yang kurang optimal, serta penataan kursi dan meja yang kurang rapi. Selain itu, ruang tunggu yang sempit dan tidak tertata dengan baik membuat konsumen merasa kurang nyaman saat menunggu pelayanan.

Pada indikator nilai fungsi, sebanyak 24 responden menyatakan setuju bahwa fungsi fasilitas tidak sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang tersedia belum sepenuhnya mendukung aktivitas utama salon. Contohnya, jumlah kursi perawatan yang terbatas menyebabkan konsumen harus menunggu lebih lama, ruang perawatan yang sempit membatasi pergerakan karyawan saat bekerja, serta ketersediaan cermin dan meja kerja yang kurang memadai sehingga proses pelayanan menjadi kurang efektif. Pada indikator estetika, sebanyak 20 responden menyatakan setuju bahwa fasilitas tidak memiliki tampilan visual yang menarik, dan 19 responden menyatakan setuju bahwa fasilitas tidak dirancang dengan memperhatikan keindahan serta keserasian lingkungan. Kondisi ini terlihat dari dekorasi ruangan yang minim, desain interior yang kurang selaras antara warna dinding, perabot, dan aksesoris ruangan, serta tidak adanya konsep desain tertentu yang membuat salon terlihat kurang menarik secara visual dibandingkan salon lain.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana menurut Sugiyono (2020:35) “kuantitatif adalah dengan menggunakan penelitian kuantitatif maka dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Jenis penelitian ini tentang asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Menurut Sugiyono dalam Mohammad Yusuf (2019:556) Penelitian asosiatif adalah merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui antara dua variabel atau lebih.

## 3. Hasil dan Diskusi

### Uji Validitas Instrumen

Tabel 4. 1. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X1)

Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,856	0,1975	Valid
2	0,859	0,1975	Valid
3	0,787	0,1975	Valid
4	0,734	0,1975	Valid

Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
5	0,836	0,1975	Valid
6	0,759	0,1975	Valid
7	0,754	0,1975	Valid
8	0,820	0,1975	Valid
9	0,749	0,1975	Valid
10	0,746	0,1975	Valid

*Sumber:* Data Diolah SPSS Versi 26

Berdasarkan data pada tabel di atas, seluruh butir kuesioner pada variabel lokasi (X1) diperoleh nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,1975), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian

Tabel 4. 2. Hasil Uji Validitas Fasilitas (X2)

Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0,855	0,1975	Valid
2	0,812	0,1975	Valid
3	0,831	0,1975	Valid
4	0,825	0,1975	Valid
5	0,842	0,1975	Valid
6	0,836	0,1975	Valid
7	0,845	0,1975	Valid
8	0,856	0,1975	Valid
9	0,813	0,1975	Valid
10	0,773	0,1975	Valid

*Sumber:* Data Diolah SPSS Versi 26

Berdasarkan data pada tabel di atas, seluruh butir kuesioner pada variabel fasilitas (X2) diperoleh nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,1975), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian

Tabel 4. 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0,825	0,1975	Valid
2	0,847	0,1975	Valid
3	0,862	0,1975	Valid
4	0,796	0,1975	Valid
5	0,828	0,1975	Valid
6	0,882	0,1975	Valid
7	0,839	0,1975	Valid
8	0,824	0,1975	Valid
9	0,822	0,1975	Valid
10	0,834	0,1975	Valid

*Sumber:* Data Diolah SPSS Versi 26

Berdasarkan data pada tabel di atas, seluruh butir kuesioner pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,1975), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian

### Uji Reliabilitas Instrumen

Tabel 4. 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien <i>alpha</i> Cronbach	Keterangan
Lokasi	0,933	Reliabel
Fasilitas	0,949	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,952	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, menunjukkan bahwa variabel lokasi (X1) diperoleh nilai Cronbach alpha sebesar 0,933, fasilitas (X2) sebesar 0,949 dan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,952, semuanya dinyatakan reliabel, hal itu dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach alpha sebesar 0,933, 0,949, dan 0,952.

### Uji Normalitas

Tabel 4. 5. Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogrov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,65940330
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,073
	Negative	-,071
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai 0,200. Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal

### Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 6. Hasil Pengujian Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Lokasi	,080	12,485
	Fasilitas	,080	12,485
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen			

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada tabel di atas diperoleh nilai *Tolerance* adalah sebesar 0,080 dan nilai VIF adalah sebesar 12,485. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam data penelitian ini karena nilai *Tolerance* lebih kecil dari 1 dan nilai VIF lebih besar dari 10

**Uji Heteroskedastisitas**

Tabel 4. 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,659	,580		2,862	,005
	Lokasi	,097	,065	,537	1,506	,135
	Fasilitas	-,086	,062	-,496	-1,392	,167

a. Dependent Variable: abs\_res

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel lokasi adalah sebesar 0,135 dan untuk variabel fasilitas sebesar 0,167. Kedua nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, yang berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan antara nilai residual dengan masing-masing variabel independen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini, sehingga model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas

**Analisis Regresi Linier**

Tabel 4. 8. Hasil Uji Regresi Berganda Variabel Lokasi (X1) dan Fasilitas (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,157	,891		,176	,860
	Lokasi	,906	,099	,866	9,131	,000
	Fasilitas	,102	,095	,102	1,076	,285

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, maka dapat diperoleh bahwa persamaan regresi  $Y = 0,157 + 0,906X_1 + 0,102X_2$ . Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,157, diartikan bahwa jika variabel lokasi (X1) dan fasilitas (X2) konstan, nilai kepuasan konsumen adalah sebesar 0,157
2. Nilai koefisien regresi lokasi (X1) sebesar 0,906, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan nilai lokasi sebesar satu satuan, kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan 0,906 satuan, dengan nilai fasilitas konstan
3. Nilai koefisien regresi fasilitas (X2) sebesar 0,102, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan nilai fasilitas sebesar satu satuan, kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan 0,102 satuan, dengan nilai lokasi konstan

**Analisis Koefisien Korelasi (r)**

Tabel 4. 9. Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan Lokasi (X1) dan Fasilitas (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

<b>Correlations</b>				
		Kepuasan Konsumen	Fasilitas	Lokasi
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	1	,933**	,964**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	99	99	99
Fasilitas	Pearson Correlation	,933**	1	,959**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	99	99	99
Lokasi	Pearson Correlation	,964**	,959**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	99	99	99

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi antara lokasi dan kepuasan konsumen adalah sebesar 0,964, sedangkan nilai koefisien korelasi antara fasilitas dan kepuasan konsumen adalah sebesar 0,933. Kedua nilai tersebut berada pada interval 0,800 sampai 1,000. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa lokasi dan fasilitas berkorelasi sangat kuat dengan kepuasan konsumen

**Analisis Koefisien Determinasi**

Tabel 4. 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan Lokasi (X1) dan Fasilitas (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,965 <sup>a</sup>	,931	,929	2,687

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 26

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,931, maka dapat disimpulkan bahwa dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi dan fasilitas secara simultan dapat menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 93,1%, sedangkan sisanya, yaitu 6,9% dijelaskan oleh variabel selain fasilitas

**Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)**

Tabel 4. 11. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Lokasi (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,156	,892		,175	,862
	Lokasi	1,009	,028	,964	35,882	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 26

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung sebesar 35,882. Hal tersebut juga di perkuat dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian maka H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya, lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Tabel 4. 12. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Fasilitas (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,364	1,167		2,027	,045
	Fasilitas	,933	,037	,933	25,552	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 26

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung sebesar 25,552. Hal tersebut juga di perkuat dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>2</sub> diterima. Artinya, fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

#### Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel 4. 13. Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Lokasi (X1) dan Fasilitas (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9319,225	2	4659,613	645,396	,000 <sup>b</sup>
	Residual	693,098	96	7,220		
	Total	10012,323	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
 b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 26

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai F hitung sebedar 645,396, hal ini juga diperkuat dengan signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>3</sub> diterima. Artinya, lokasi dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya yang telah dilakukan mengenai pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Tommy Salon Cabang Pamulang Timur, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1). Lokasi (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial. Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan persamaan regresi  $Y = 0,156 + 1,009X_1$ , yang berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel lokasi akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 1,009 satuan. Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,965 menunjukkan bahwa hubungan antara lokasi dan kepuasan konsumen berada pada kategori sangat kuat. Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,931 atau 93,1%, yang berarti bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh lokasi sebesar 93,1%, sedangkan sisanya sebesar 6,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 35,882 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, yang berarti lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. 2). Fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial. Hasil analisis regresi sederhana diperoleh persamaan regresi  $Y = 2,364 + 0,933X_2$ , yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel fasilitas akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,933 satuan. Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,935 menunjukkan bahwa hubungan antara fasilitas dan kepuasan konsumen berada pada kategori sangat kuat. Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,874 atau 87,4%, yang berarti bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh fasilitas sebesar 87,4%, sedangkan sisanya sebesar 12,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 25,552 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>2</sub> diterima, yang berarti fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. 3). Lokasi (X1) dan fasilitas (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa lokasi dan fasilitas secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi kepuasan konsumen dengan sangat baik. Nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,966, yang menunjukkan hubungan sangat kuat antara variabel lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Nilai

koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,933 atau 93,3%, yang berarti bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh lokasi dan fasilitas secara simultan sebesar 93,3%, sedangkan sisanya sebesar 6,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 645,396 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, yang berarti lokasi dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Tommy Salon Cabang Pamulang Timur.

## Referensi

1. Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service quality, consumer satisfaction, dan consumer loyalty: Tinjauan teoritis*. CV. IRDH.
2. Rahayu, S., & Affriliana, N. (2021). *Buku ajar perilaku konsumen*. Penerbit Anugrah Jaya
3. Aboubakr, R. M., & Bayoumy, H. M. M. (2022). Evaluating educational service quality among dentistry and nursing students with the SERVQUAL model: A cross-sectional study. *Journal of Taibah University Medical Sciences*, 17(4), 648–657. <https://doi.org/10.1016/j.jtumed.2022.01.009>
4. Ali, B. J., Anwer, R. N., & Anwar, G. (2021). Private hospitals' service quality dimensions: The impact of service quality dimensions on patients' satisfaction. *International Journal of Medicine and Pharmaceutical Research*, 7.
5. Apriliani, R., Prakoso, T., Rustaman, D., Dharmawan, D., & Nuryanto, U. W. (2024). The influence of intention to use digital wallet applications, e-service quality, and trust on consumer satisfaction toward digital payment applications. *Jurnal Informasi dan Teknologi*, 125–131.
6. Azhari, M. S., & Parhusip, A. A. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, store atmosphere, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Widya*, 5(1), 695–707.
7. Bahrami, S., Kiani, M. S., Nazari, L., & Shahbazzpour, L. (2021). The relationship between service quality, physical evidence, and customer satisfaction in sports centres. *Sports Business Journal*, 1(1), 175–186.
8. Fitriyani, A., & Kencana, P. N. (2024). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada NMW Clinic Cabang Ciledug Kota Tangerang. *Jurnal Elastisitas*, 1(1), 461–470.
9. Kampuni, N., & Jhamb, D. (2021). Uncovering the dimensions of servicescape using mixed method approach: A study of beauty salons. *Benchmarking: An International Journal*, 28(4), 1247–1272.
10. Kandampully, J., Bilgihan, A., & Amer, S. M. (2023). Linking servicescape and experiencescape: Creating a collective focus for the service industry. *Journal of Service Management*, 34(2), 316–340.
11. Kencana, P. N. (2020). The effect of price and service quality on customer satisfaction of PT Huda Express Courier Services at McDonald's Bintaro Restaurant. *Jurnal Administrare*, 7(1), 29–38.
12. Mahsyar, S., & Surapati, U. (2020). Effect of service quality and product quality on customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(1).
13. Makmur, P. (2024). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Barbershop Keep Handsome di Cipuyung Depok. *Journal of Research and Publication Innovation*, 2(1), 885–897.
14. Manik, C. D., & Rumagelar, W. W. (2024). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(2), 230–240. <https://doi.org/10.62335/dm8jbf14>
15. Nurvita, A. R., & Budiarti, A. (2019). Pengaruh kedisiplinan, motivasi, dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan PT Sinar Surabaya Sakti. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.
16. Permada, A. R. T., & Akbar, T. (2024). Pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap tingkat kepuasan konsumen coffee shop pada "Tell Kopi Kediri". *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(3), 295–306.
17. Rahayu, S., & Affriliana, N. (2021). *Buku ajar perilaku konsumen*. Penerbit Anugrah Jaya.
18. Ria, A. M., Andari, T. T., & Yulianingsih, Y. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 11–19.
19. Ritonga, R. U., & Fitri, N. (2024). Pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung event Thaipusam Street Festival di Medan. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(2), 60–66.
20. Sakti, F. K., & Friantini, S. H. E. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan konsumen (Studi pada konsumen Hotel Atina Graha Kota Surakarta). *Servqual: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 45–53.
21. Satti, Z. M., Babar, S. F., & Ahmad, H. M. (2021). Exploring mediating role of service quality in the association between sensory marketing and customer satisfaction. *Total Quality Management & Business Excellence*, 32(7), 719–736.
22. Singh, V., Sharma, M. P., Jayapriya, K., Kumar, B. K., Chander, M. A., & Kumar, B. R. (2023). Service quality, customer satisfaction, and customer loyalty: A comprehensive literature review. *Journal of Survey in Fisheries Sciences*, 10(4), 3457–3464.
23. Solihin, D., Oktavianti, F., & Manik, C. D. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Lala Studio & Salon Ciseeng Bogor. *Jurnal Arastirma*, 4(2), 567–577.
24. Suak, P. I. T., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2024). Pengaruh physical evidence, service quality, dan perceived atmosphere terhadap revisit intention di Malalayang Beach Walk. *Jurnal EMBA*, 12(4), 481–492.
25. Sutarjo, Utami, W. Y., & Ristanto. (2024). The impact of service quality, facilities, and location on customer satisfaction. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(6), 2747–2758.
26. Turkoglu, D. C., & Genevois, M. E. (2020). A comparative survey of service facility location problems. *Annals of Operations Research*, 292, 399–468.
27. Walujan, I. N., Lapijan, S. L. H. V. J., & Mandagie, Y. (2024). Pengaruh diferensiasi produk, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Tampa Makang Raja Adventure di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 12(1), 340–350.
28. Wawan, K., & Suworo. (2024). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Indomaret Cabang Pertama Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Sinergi Manajemen*, 1(2), 154–162.
29. Yudi Oktavian, B., & Soliha, E. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 4(2), 167–183. <http://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe>