

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DARI FAKTOR LOKASI
(Studi Kasus di Toko Fashion by Nabila Kecamatan Kuala Kabupaten Bireuen – Aceh)
[ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION BY LOCATION FACTORS
(Case Study at Nabila Fashion Store, Kuala District, Bireuen Regency, Aceh)]

Nur Maisa Nabila^{1*}, Denny Firmansyah¹, Umar Iskandar¹, Win Konadi²

¹ Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Almuslim Bireuen – Aceh

² FE Universitas Almuslim Bireuen – Aceh

*Corresponding author: Nur maisa Nabila, email: nmnb1a95@gmail.com

Received | June 03, 2025, Accepted | March 24, 2026, Published | June 20, 2026

ABSTRACT | *In the retail business, customer satisfaction is a key measure of success, reflecting the extent to which the shopping experience meets or exceeds customer expectations. Satisfied customers directly impact business continuity through increased sales, positive reviews, and the creation of customer loyalty. Several factors must be considered to support this satisfaction, including the business's location. This study will analyze the case of the Fashion by Nabila store in Kuala District, Bireuen Regency. This is an associative study with a quantitative approach, and data analysis uses correlation statistics and linear regression. Data were collected using a questionnaire from 100 customers, thus conducting validity and reliability tests. The results found a positive and significant relationship, categorized as quite strong, between location and customer satisfaction. The regression analysis also obtained a location factor coefficient of 0.460, indicating that each one-unit increase in the location variable will increase customer satisfaction by 0.460. The determination result, 0.285, indicates that 28.5% of the variation in customer satisfaction can be explained by the location variable.*

Keywords: *location, customer satisfaction, fashion store*

ABSTRAK | Dalam bisnis ritel, kepuasan konsumen adalah tolak ukur utama keberhasilan bisnis ritel yang mencerminkan sejauh mana pengalaman berbelanja memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan. Konsumen yang puas akan berdampak langsung pada kelangsungan usaha melalui peningkatan penjualan, ulasan positif, dan terciptanya loyalitas pelanggan (konsumen). Ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan sebagai pendukung terhadap kepuasan tersebut, diantaranya lokasi usaha. Penelitian ini akan menganalisis kasus di toko Fashion by Nabila Kecamatan Kuala, Kabupaten Bireuen. Merupakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, dan analisis data menggunakan statistik korelasi dan regresi linier. Data dikumpulkan dengan kuesioner terhadap 100 pelanggan, sehingga dilakukan uji validitas, dan reliabilitas. Ditemukan hasil, terdapat hubungan positif dan signifikan dengan kategori cukup kuat antara lokasi dan kepuasan pelanggan/konsumen. Lalu hasil analisis regresi, diperoleh koefisien factor lokasi sebesar 0.460 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel lokasi akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0.460. Dan hasil determinasi, diperoleh 0.285 mengindikasikan bahwa 28,5% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel lokasi.

Kata Kunci: lokasi, kepuasan konsumen, toko fashion

PENDAHULUAN

Peluang usaha merupakan kesempatan yang harus dimanfaatkan dengan baik untuk meraih keuntungan melalui strategi yang terencana. Pelaku usaha, baik yang masih baru maupun yang berpengalaman, perlu mempertimbangkan faktor internal dan eksternal dalam

memanfaatkan peluang tersebut. Faktor internal mencakup minat dan bakat individu, sedangkan faktor eksternal melibatkan kondisi lingkungan sekitar yang dapat mendukung keberhasilan usaha (Indrasari, 2019).

Kita ketahui, globalisasi berimbas dengan perkembangan dunia usaha ritel mengalami perubahan

yang sangat pesat seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan munculnya berbagai platform belanja daring. Kondisi ini mendorong persaingan bisnis ritel menjadi semakin ketat, baik antara ritel modern maupun ritel tradisional. Konsumen kini memiliki banyak alternatif dalam memenuhi kebutuhan mereka, sehingga pelaku usaha ritel dituntut untuk mampu memahami perilaku konsumen dan menyusun strategi pemasaran yang tepat agar tetap bertahan di tengah persaingan pasar yang dinamis (Kotler & Keller, 2016; Wiyanti *et al.*, 2025).

Maka, dalam menjalankan usaha, pelaku bisnis harus memahami kebutuhan konsumen dan memilih lokasi usaha yang tepat untuk mencapai tujuan utama, yaitu memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Lokasi usaha yang tepat adalah area yang mudah dijangkau, dekat dengan target pasar, dan memiliki fasilitas pendukung yang memadai. Berbagai literatur manajemen membuktikan bahwa pemilihan lokasi strategis berdampak positif secara signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Penelitian Purnawan, Y. (2025) membuktikan selain Kualitas Pelayanan, Lokasi berpengaruh nyata terhadap loyalitas pelanggan. Demikian juga penelitian Wiyanti *et al.*, (2025) menemukan terdapat pengaruh persepsi produk, harga, dan distribusi/lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

Toko Fashion by Nabila, yang berlokasi di Desa Cot Uno, Kecamatan Kuala, Kabupaten Bireuen, adalah salah satu toko fashion wanita yang menyediakan berbagai produk seperti pakaian, aksesoris, dan kosmetik. Namun, lokasi toko ini dinilai kurang strategis dan tidak memiliki area parkir yang memadai, sehingga menyulitkan konsumen dalam mengakses toko tersebut.

Lokasi memiliki peran yang sangat penting dalam dunia bisnis karena mempengaruhi kemudahan akses konsumen terhadap produk. Menurut Mukhlis (2019), lokasi yang strategis biasanya berada di pusat kota, mudah dijangkau, dan memiliki kepadatan penduduk yang tinggi. Lokasi yang tidak tepat dapat menyebabkan penurunan jumlah konsumen yang datang langsung ke toko, sehingga berdampak pada penjualan dan keberlanjutan bisnis.

Diupayakan dalam lokasi bisnis tersebut, tersedia fasilitas dengan kenyamanan bagi konsumen saat berbelanja. Tersedianya fasilitas pendukung seperti

area parkir yang luas, penataan barang yang rapi, dan informasi produk yang jelas dapat meningkatkan pengalaman belanja. Jika hal-hal ini tidak terpenuhi, maka kepuasan konsumen akan menurun dan mereka cenderung enggan melakukan pembelian ulang.

Kepuasan konsumen sangat penting dalam bisnis karena menentukan loyalitas pelanggan dan keberlangsungan perusahaan. Dalam bisnis ritel, kepuasan konsumen adalah tolak ukur utama keberhasilan bisnis ritel yang mencerminkan sejauh mana pengalaman berbelanja memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan. Konsumen yang puas akan berdampak langsung pada kelangsungan usaha melalui peningkatan penjualan, ulasan positif, dan terciptanya loyalitas pelanggan (Purnawan, Y. 2025).

Menurut Kotler (2019), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa konsumen setelah membandingkan hasil produk dengan harapannya. Konsumen yang puas akan lebih mungkin untuk kembali membeli produk dan merekomendasikan-kannya kepada orang lain, yang secara langsung meningkatkan daya saing dan penjualan perusahaan.

Berdasarkan pengamatan awal, peneliti menemukan bahwa lokasi yang kurang strategis menjadi permasalahan utama di Toko Fashion by Nabila. Letaknya yang tidak berada di pusat keramaian dan sulit diakses menyebabkan konsumen kesulitan untuk menemukan toko tersebut. Selain itu, area parkir yang sempit juga sering menjadi keluhan, karena menyulitkan konsumen yang membawa kendaraan pribadi dan menurunkan kenyamanan mereka dalam berbelanja.

Tidak hanya itu, penataan produk yang kurang rapi dan minimnya informasi produk juga menjadi keluhan konsumen yang dapat menurunkan kepuasan belanja. Masalah-masalah ini berdampak negatif terhadap loyalitas dan minat beli konsumen. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan studi terkait kepuasan pelanggan/konsumen dari aspek lokasi usaha bisnis toko Fashion by Nabila tersebut.

LANDASAN TEORITIS

Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu usaha ritel. Pelanggan yang puas cenderung memiliki loyalitas yang tinggi, melakukan pembelian ulang, serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

Sebaliknya, ketidakpuasan pelanggan dapat menyebabkan penurunan minat beli dan berpindahnya konsumen ke pesaing. Dengan demikian, memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan menjadi hal yang krusial bagi keberlangsungan usaha ritel (Oliver, 2014; dan Wiyanti *et al.*, 2025).

Lupiyoadi (2006) mengartikan bahwa: “Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan”. Maka salah satunya perlu dipertimbangkan lokasi bisnis.

Lokasi usaha maupun saluran pemilihannya sangat bergantung pada kriteria pasar dan sifat dari jasa itu sendiri. Pada jasa pengiriman barang misalnya, bila pasar menginginkan pengiriman misalnya, bila pasar menginginkan yang cepat dan tepat waktu, apalagi dengan sifat barang yang tidak tahan lama, maka lokasi yang dipilih harus strategis, misalnya dekat dengan pelabuhan atau tempat lain yang mempunyai kemudahan untuk akses transportasi dan *channel* yang dipilih sebaiknya *direct sales* supaya dapat terkontrol (Lupiyoadi, 2001).

Dalam pemilihan lokasi yang strategis tersebut harus mudah dijangkau oleh pelanggan, sehingga akan lebih memudahkan pelanggan untuk berkunjung. Selain itu lokasi tersebut harus mempunyai areal yang luas sehingga para pelanggan akan lebih leluasan untuk meetakkan kendaraan masing-masing

Menurut Heizer dan Render (2015), lokasi akan mendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis. Dengan upaya ini, kepuasan pelanggan atau konsumennya akan berhasil. Karena mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

METHODE PENELITIAN

Lokasi dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Fashion by Nabila, yang terletak di Jalan Laksamana Malahayati, Desa Cot Uno, Kecamatan Kuala, Kabupaten Bireuen.

Toko Fashion by Nabila telah berdiri sejak 2022. Dan telah memiliki pelanggan tetap lebih dari 325 konsumen.

Dalam penelitian ini, jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, oleh karena itu, jumlah sampel dihitung menggunakan rumus *Lemeshow* untuk proporsi populasi tidak diketahui. Dengan Tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), ($p = 0,5$), dan *margin of error* 10% ($d = 0,1$), maka perhitungan sampel adalah 100 responden.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif asosiatif, untuk menganalisis data. Analisis data kuantitatif dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh variabel lokasi terhadap variabel kepuasan konsumen dengan menggunakan metode regresi linier dan statistik korelasi.

Analisis regresi (Marwan *et al.*, 2025) digunakan untuk menaksir dan menguji hubungan dan pengaruh antar variabel. Biasanya, metode ini diterapkan untuk mengevaluasi bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Analisis secara statistik, mengandalkan data yang valid dan reliable dalam menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian (Marwan, *et al.*, 2023). Dan juga asumsi yang dipenuhi yakni normalitas, heterosidasitas maupun multikolinieritas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Data diperoleh melalui kuesioner sesuai indikator variabel yang diteliti, dan dilakukan uji validitas serta reliabilitasnya.

Hasil uji validitas dari 7 butir pernyataan tentang lokasi dinyatakan valid, dengan tingkat validitasnya antara 0,562 hingga 0,768. Juga butir pernyataan kepuasan konsumen (pelanggan) terbukti valid, pada tingkat 0,516 hingga 0,773. Dengan tingkat reliabilitas kedua variabel rata-rata 0,768 tergolong cukup handal.

Berdasarkan dari hasil analisis data penelitian, melalui model regresi linier, dinyatakan nilai koefisien lokasi 0,460 dan signifikan pada nilai sig-0.001. Sehingga diperoleh bahwa lokasi memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen pada toko Fashion by Nabila Kecamatan Kuala Kabupaten Bireuen.

Dengan nilai koefisien 0,460 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel lokasi, seperti perbaikan aksesibilitas atau strategi penempatan toko, akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0.460. Dengan kata lain, lokasi yang lebih strategis atau lebih mudah dijangkau oleh konsumen akan berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kepuasan mereka. Hasil ini menegaskan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen di Toko Fashion by Nabila, Kecamatan Kuala, Kabupaten Bireuen.

Sedangkan hasil dari koefisien determinasi dengan nilai R Square sebesar 0.285 dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sekitar 28.5% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel lokasi. Dengan kata lain, lokasi toko memiliki kontribusi yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Namun, meskipun lokasi berpengaruh, masih terdapat 71.5% variasi kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model ini, seperti kualitas produk, harga, pelayanan, atau faktor eksternal lainnya.

Pembahasan

Sebagaimana dugaan semula, dan kajian empiris beberapa penelitian serupa (Wiyanti *et al.*, 2025; Wiyanti *et al.*, 2025; Fristy, 2021), mendapatkan bahwa lokasi merupakan salah satu faktor penting, dalam bisnis ritel dan usaha bisnis tradisional lainnya, seperti toko Fashion by Nabila, Kecamatan Kuala, Kabupaten Bireuen.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang berarti lokasi toko berperan penting dalam mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Lokasi memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen karena lokasi yang strategis dapat mempengaruhi kenyamanan dan kemudahan konsumen dalam mengakses layanan atau produk. Lokasi yang mudah dijangkau, dekat dengan pusat aktivitas, atau memiliki fasilitas pendukung seperti parkir yang memadai, cenderung meningkatkan pengalaman positif konsumen.

Hal ini sejalan dengan teori bahwa kemudahan akses dan efisiensi waktu merupakan faktor penting dalam membangun kepuasan konsumen.

Selain itu, lokasi juga mencerminkan citra bisnis di mata konsumen. Sebuah usaha yang berada di area prestisius atau ramai biasanya diasosiasikan dengan kualitas yang lebih baik, sehingga menambah nilai persepsi konsumen terhadap merek atau produk tersebut. Hubungan antara lokasi dan kepuasan konsumen tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga emosional, karena lokasi yang baik dapat memberikan kesan yang lebih positif terhadap pengalaman belanja konsumen.

PENUTUP

Simpulan

Hasil analisis penelitian ini, dengan statistic model regresi dengan nilai koefisien variabel lokasi sebesar 0.460 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel lokasi akan meningkatkan kepuasan sebesar 0.460, Hal ini terjadi karena tingkat kepuasan konsumen yang rendah disebabkan oleh lokasi toko yang tidak strategis, yaitu jauh dari pusat keramaian dan tidak memiliki fasilitas parkir.

Ketika variabel lokasi ditingkatkan (misalnya dengan memilih tempat yang lebih mudah diakses, dekat keramaian, atau menyediakan ruang parkir) maka hal ini akan berdampak langsung pada meningkatnya kepuasan konsumen dalam berbelanja.

Nilai koefisien determinasi pada R Square sebesar 0.285 menunjukkan bahwa 28.5% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh lokasi, sisanya 71.5% variasi kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan diatas maka dapat disarankan sebagai kepada Pemilik usaha toko Fashion by Nabila untuk menempatkan dan memperhatikan aspek lokasi bisnis. Termasuk fasilitas dan pemasangan papan petunjuk arah di titik-titik strategis di sekitar wilayah toko dapat membantu meningkatkan visibilitas toko, terutama bagi pelanggan baru yang belum familiar dengan lokasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Indrasari, Meithiana (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Jawa Timur: Unitomo Press.
- Kotler, Philip (2019). *Marketing 3.0: Mulai dari Produk ke Pelanggan ke Human*, Spirit. Vol. 1. 1 ed. Jakarta: Erlangga.
- Lupyoadi, Rambat, (2001), *Manajemen Pemasaran*

- Jasa, Teori dan Praktek*, Edisi Pertama, Penerbit salemba empat, Jakarta
- Marwan, Afkar, Alfi Syahrin, Sari Rizki, Rudy Juli Saputra, Win Konadi, (2025). *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Di Lengkapi dengan Aplikasi SPSS dan E-Views*, Banda Aceh; Penerbit Bandar Publishing ISBN: 978-623-4496-11-6
- Marwan, Win K, Alfi S, Kamaruddin, Rahmad (2023). *Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method dilengkapi analisis data dengan SPSS*, Bandar Publishing. ISBN: 978-623-449-205-7.
- Mukhlis, M. Aziz (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J & T di Muara Bulian. *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 3(1):1–9. doi:10.33087/ekonomis.v3i1.50.
- Poppy Fristy (2021). Pemilihan Lokasi Strategis Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Di Bengkel Dina Doorsmeer, *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan Juripol*, 4(1), 365-375.
- Purnawan, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Cilok Tanpa Bahan Pengawet. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6(5), 3657–3665. Link di situs: <https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i5.5622>
- Sari Wiyanti, Fauziah, Isnainatul Bayinah, Dani Maholi Mehango (2025). Pengaruh Persepsi Produk, Harga, dan Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Ritel D&S Kramat, *JJEM*; 16(02), 193-200, E-ISSN: 2599-0810.