

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO GROSIR BUMI JAYA
ABADI BOYOLALI**

JURNAL SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

NAMA : Ananda Gea Octaria

NIM : 2022515179

PROGDI : S1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB)
UNIVERSITAS DHARMA AUB SURAKARTA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN JURNAL SKRIPSI

Nama : Ananda Gea Octaria
Nim : 2022515179
Progdi : S1 Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali.
Nama Pembimbing : Adi Penawan, SE. MM.

Surakarta, 21 Februari 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Adi Penawan', is written over the text.

Adi Penawan, SE., MM
NIDN: 0630099001

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KOSUMEN DI TOKO GROSIR BUMI JAYA ABADI BOYOLALI

Ananda Gea Octaria¹

Universitas Dharma AUB Surakarta

Corresponding Author: anandageaoctaria86@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Kualitas Pelayanan, Promosi, Lokasi, Kepuasan Konsumen

Received : February 05,2026

Revised : Date, Month

Accepted: Date, Month

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada 100 responden menggunakan teknik non-probability sampling. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda disertai uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Nilai adjusted R² sebesar 0,431 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 43,1%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of service quality, promotion, and location on consumer satisfaction at Bumi Jaya Abadi Boyolali Wholesale Store. This study uses a quantitative method by collecting data through a questionnaire to 100 respondents using a non-probability sampling technique. Data analysis

Keywords: Service Quality, Promotion, Location, Consumer Satisfaction

©2025 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



was carried out by multiple linear regression accompanied by validity, reliability, classical assumption test, t-test, F test, and determination coefficient.

The results of the study show that the quality of service, promotion, and location have a positive and significant effect on consumer satisfaction, both partially and simultaneously. The adjusted R^2 value of 0.431 showed that the three variables were able to explain consumer satisfaction by 43.1%, while the rest were influenced by other variables outside the study

Panjang artikel maksimal antara 10 sampai 20 halaman, termasuk referensi. Tolong diingat; artikel yang sangat baik adalah langsung ke poin. Sehingga 30% dari isi artikel harus mencakup pengantar metodologi, dan sisanya, 70% darinya, adalah untuk mengelaborasi temuan di bagian hasil dan diskusi, serta referensi.

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis ritel yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mampu memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen secara optimal. Kepuasan konsumen menjadi factor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha karena berpengaruh terhadap loyalitas dan Keputusan pembelian Kembali. Menurut Dwiyantono(2021) kepuasan konsumen menjadi tantangan bagi pihak oemilik bisnis yang sesuai antara harapan yang tertanam di benak mereka terhadap kenyataan produk yang didapat.

Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali merupakan salah satu usaha bisnis ritel yang menyediakan kebutuhan hasian atau usaha dalam jumlah besar. Fluktuasi omset penjualan yang terjadi menunjukkan perlunya evaluasi terhadap faktor - faktor yang memperngaruhi kepuasan konsumen, faktor yang memperngaruhi kepusan konsumen antara lain kualitas pelayanan,promosi dan lokasi

Adapun jumlah fluktasi omset penjualan tiga bulan berturut-turut dapat dilihat melalui table berikut:

Tabel Omset penjualan toko

No.	Bulan	Omset
1.	Agustus	Rp. 300.000.000,-
2.	September	Rp. 279.000.000,-
3.	Oktober	Rp. 285.000.000,-

Sumber: Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali 2025

Berdasarkan dari table diatas selama bulan agustus hingga bulan oktober 2025 omset penjualan terjadi fluktuatif bahkan ada penurunan, hal ini patut kita teliti apakah memang ada pengaruh dari kualitas pelayanan, promosi, dan Lokasi toko terhadap kepuasan konsumen di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya yang mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan dari kepuasan konsumen secara otomatis loyalitas kosumen akan terbentuk dan tentu konsumen akan setia menjadi pelanggan di toko tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2018) menjelaskan bahwa "Kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu jasa yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, baik yang dinyatakan maupun yang tersirat. Semakain baik kualitas pelayanannya maka semakin tinggi tingkat kepuasan dari konsumen.

hal ini sesuai dengan penelitian dari R Kaharuddin, [M Mustari](#), [R Rahmatullah](#), (2022) dengan judul pengaruh harga, kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen, dengan hasil penelitian kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen, namun berbeda dengan hasil penelitian dari [B Setyawan](#), [N Mauliddah](#), (2025) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Suryamart, Hasil penelitian didapatkan kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Suryamart UMSurabaya

promosi merupakan kegiatan komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, membujuk, merayu dan mengingatkan konsumen mengenai produk atau jasa, promosi dari Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali melalui media sosial atau media lainnya seperti IG, facebook, Website dan Whatsapp. Karyawan Toko Grosir Bumi Jaya Abadi juga aktif menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen di saat konsumen datang ke toko

Sedangkan Promosi menurut ahli adalah kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan informasi mengenai produk, mempengaruhi, membujuk, serta mengingatkan konsumen agar bersedia membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Ginting, (2011)

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari R Kaharuddin, [M. Mustari](#), [R. Rahmatullah](#), (2022), dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen dan hasil penelitian menunjukkan promosi dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen, namun berbeda dengan hasil penelitian dari [B Setyawan](#), [N Mauliddah](#), (2025) yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Suryamart UMSurabaya, hasil penelitian didapatkan promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan; Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan; Suryamart UMSurabaya

lokasi merupakan tempat usaha, yang semestinya strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen, Lokasi toko grosir bumi snack ini berada di jalur strategis dengan jalur penghubung dari kabupaten boyolali dengan kota solo. Lokasi yang strategis menentukan keberhasilan usaha, serta mendukung akan peluang dalam mendapatkan konsumen yang banyak.

Sedangkan lokasi menurut Tjiptono (2015:345), Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen

hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian dari T Aprilia, (2020) dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Grosir Ega Makmur Desa Winong Jetis Ponorogo. Hasil penelitian menunjukkan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian namun berbeda dengan penelitian dari DA Dianto, (2024) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Franchise Fried Chicken (*Local Brand*) Di Sukabumi, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lokasi terbukti berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan,

oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di toko grosir bumi jaya abadi boyolali, serta diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan literatur

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik dengan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali”**.

Tujuan penelitian ini untuk mnguji hipotesis tetang pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan Lokasi terhadap kepuasan konsumen di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali.

Berdasarkan latar belakang diatas maka, peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali ?
- b. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali ?
- c. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali ?

Tujuan penelitian

- a. Menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali.
- b. Menguji secara empiris pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali.
- c. Menguji secara empiris pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali.

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bermafaat kepada berbagai pihak:

- a. Bagi Objek Penelitian
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada perusahaan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang baik promosi dan lokasi yang strategis terhadap kepuasan konsumen.
- b. Bagi Peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat membantu penelitian sebagai bahan pembelajaran dikemudian hari. Serta peneliti dapat memperdalam pengetahuan dan menambah wawasan terhadap masalah yang akan penulis teliti.
- c. Secara Akademis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan memperkaya ragam penelitian yang telah dibuat oleh para Mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta serta dapat menjadi bahan refrensi bagi terciptanya suatu karya ilmiah.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan menjelaskan bahwa totalitas fitur dan karakteristik dari suatu jasa yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (Kotler dan Keller,2018) kualitas pelayanan yang baik akan mendukung loyalitas dan keputusan pembelian.

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali.

Promosi

promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran pembelinya (Kotler dan Keller,2016). Promosi

yang baik akan mempengaruhi minat dan keputusan pembelian di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali.

H2: Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali.

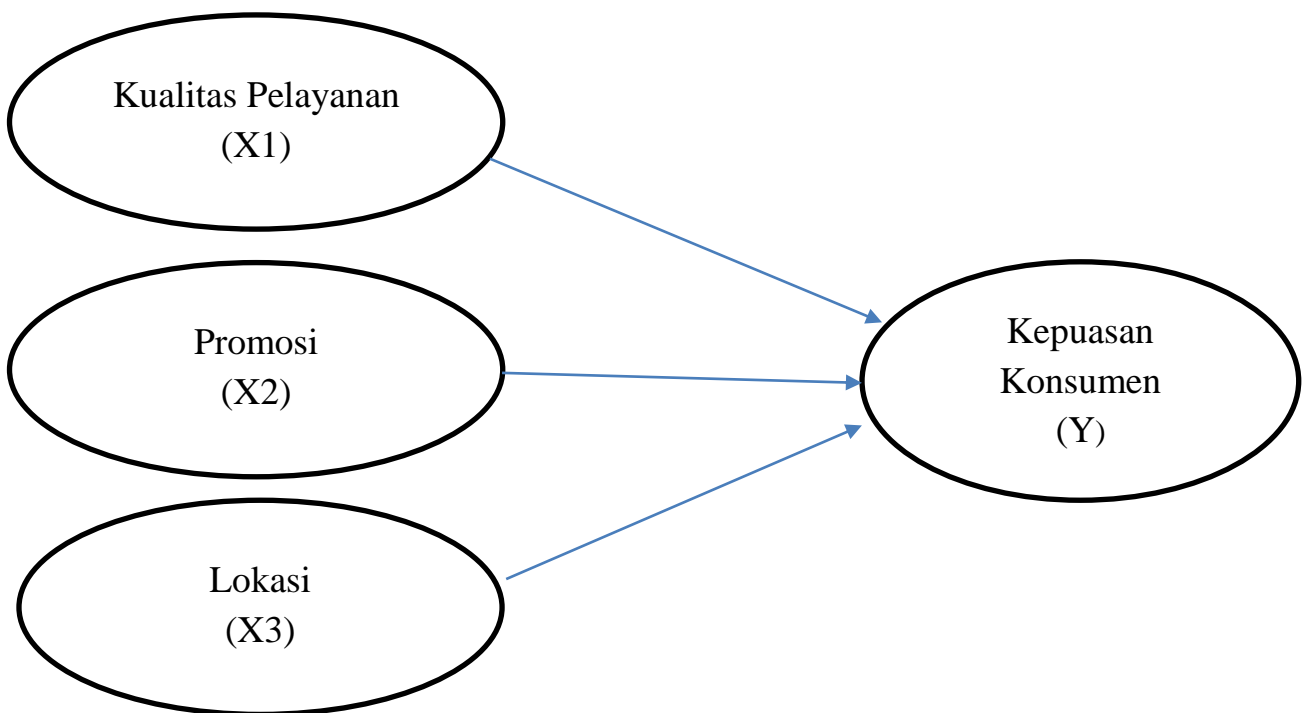
Lokasi

Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen (Tjiptono, 2015). Lokasi yang strategis akan meningkatkan kepuasan konsumen di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali.

H3: Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali.

Kepuasan Konsumen

kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk / jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk (jurnal Bachtiar,2011)



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

Sumber: R Kaharuddin, M Mustari, R Rahmatullah, (2022), Oan Fauzia Rahmandika, Listyowati Puji, H. Purwanto 2020, T Aprilia – 2020, Komang Gading Darmawan, Ni Nyoman Yulianthini 2020, MS Amboy, ID Palandeng 2024

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Objek penelitian ini adalah konsumen Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali. Jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan teknik accidental sampling yaitu mengambil perwakilan sampel besar.

Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuisisioner yang mengukur variabel kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi. Teknik analisis data berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi (adjusted R²) dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berbelanja di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali, dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti.

Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu (Sugiyono, 2010). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode accidental sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan konsumen yang secara kebetulan ditemui dan bersedia menjadi responden. Penentuan jumlah sampel mengacu pada pendapat Hair et al. (2010), yang menyatakan bahwa ukuran sampel minimal adalah 5-10 kali jumlah indikator. Dengan jumlah indikator sebanyak 19, maka diperoleh sampel minimal sebanyak 95 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

METODE PENGUMPULAN DATA

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, yaitu pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner kepada responden. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antar variabel menggunakan data numerik dan analisis statistik.

Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, karena terdapat lebih dari satu variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen.

HASIL PENELITIAN

1. Uji Instrumen Penelitian

Hasil uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana item pertanyaan dalam kuisisioner mampu mengukur variabel penelitian terdapat 3 variabel yaitu kualitas pelayanan (X₁), promosi (X₂), dan lokasi (x₃) dengan 100 responden.

a. Uji Validitas

1) Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Tabel Hasil Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

ItemPertanyaan	rhitung	rtabel	Kesimpulan
XI_1	0,385	0,1966	Valid
X1_2	0,488	0,1966	Valid
X1_3	0,350	0,1966	Valid
X1_4	0,625	0,1966	Valid
X1_5	0,625	0,1966	Valid

Sumber : data diolah 2026

Berdasarkan dari 5 item pertanyaan diatas dinyatakan semua valid karena memiliki nilai rhitung > rtabel, sehingga menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan sebagai penelitian.

2) Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2)

Tabel IV. 5 Hasil Uji Validitas Promosi (X2)

Itempertanyaan	rhitung	rtabel	kesimpulan
X2_1	0,794	0,1966	Valid
X2_2	0,628	0,1966	Valid
X2_3	0,318	0,1966	Valid
X2_4	0,782	0,1966	Valid

Sumber : data diolah 2026

Berdasarkan dari 4 item pertanyaan diatas dinyatakan semua valid karena memiliki nilai rhitung > rtabel, sehingga menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan sebagai penelitian.

3) Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X3)

Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Lokasi (X3)

Item pertanyaan	rhitung	rtabel	kesimpulan
X3_1	0,534	0,1966	Valid
X3_2	0,364	0,1966	Valid

X3_3	0,383	0,1966	Valid
X3_4	0,799	0,1966	Valid
X3_5	0,799	0,1966	Valid

Sumber : Data diolah 2026

Berdasarkan dari 5 item pertanyaan diatas dinyatakan semua valid karena memiliki nilai rhitung > rtabel, sehingga menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan sebagai penelitian

4) Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel IV. 7 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Item Pertanyaan	rhitung	rtabel	Kesimpulan
Y_1	0,563	0,1966	Valid
Y_2	0,383	0,1966	Valid
Y_3	0,404	0,1966	Valid
Y_4	0,593	0,1966	Valid
Y_5	0,336	0,1966	Valid

Sumber : Data diolah 2026

Berdasarkan dari 5 item pertanyaan diatas dinyatakan semua valid karena memiliki nilai rhitung > rtabel, sehingga menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan sebagai penelitian

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach's Alpha > 0.06 maka pernyataan reliabel dan sebaliknya, penelitian dikatakan tidak reliabel apabila nilai Cronbach's < 0.06

Tabel IV. 8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Hasil
Kepuasan Konsumen (Y)	0,731	Cronbach Alpha > 0,60 maka reliabel	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,799		Reliabel

(X1)		
Lokasi (X ₃) ^S _u	0,791	Reliabel
Promosi (X ₄) ^m _b	0,697	Reliabel

er : Data Primer yang telah diolah,2026

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa pada masing masing variabel memiliki Alpha Cronbach's > 0,60,maka dapat disimpulkan bahwa item instrumen pertanyaan/ pernyataan untuk masing masing variabel adalah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,29151012
Most Extreme Differences	Absolute	,100
	Positive	,100
	Negative	-,054
Kolmogorov-Smirnov Z		,997
Asymp. Sig. (2-tailed)		,273

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : data yang diolah 2026

Dari hasil uji normalitas menunjukkan bahwa Kolmogorov-Smirnov Z 0,997 dan Asymp.Sig. (2-tailed) 0,273 > 0,05 hasil ini berarti data distribusinya secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3,502	2,168		1,615	,110		
	Kualitas Pelayanan	,338	,075	,358	4,525	,000	,919	1,088
	Promosi	,228	,086	,211	2,662	,009	,913	1,095
	Lokasi	,339	,075	,372	4,521	,000	,848	1,179

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data yang diolah 2026

Dari hasil uji multikolinieritas diatas dapat dilihat setiap variabel independen memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini terbebas dari multikolinieritas antar variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,669 ^a	,448	,431	1,312	1,926

a. Predictors: (Constant), Lokasi , Kualitas Pelayanan , Promosi

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data yang diolah 2026

Dari tabel diatas, hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai Durbin - Watson (DW) diperoleh sebesar 1,926. Angka tersebut merupakan angka (DW) yang berada diantara -2 sampai +2. Maka dapat disimpulkan dalam penelitian berarti tidak terjadi autokorelasi antar variabel.

3. Uji Hipotesis

a. Regresi Linier Berganda

Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,502	2,168		1,615	,110		
	Kualitas Pelayanan	,338	,075	,358	4,525	,000	,919	1,088
	Promosi	,228	,086	,211	2,662	,009	,913	1,095
	Lokasi	,339	,075	,372	4,521	,000	,848	1,179

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data yang diolah 2026

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan sebagai berikut :

$$Y = 3,502 + 0,338 (X1) + 0,228 (X2) + 0,339 (X3)$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan bahwa :

- 1) $\alpha = 3,502$ artinya apabila kualitas pelayanan, Promosi, dan Lokasi adalah konstan, maka Kepuasan Konsumen positif atau meningkat.
- 2) $\beta_1 = 0,338$ artinya apabila kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen terhadap pembelian di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali. Apabila kualitas produk ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan meningkat, dengan asumsi, promosi dan lokasi dianggap tetap.
- 3) $\beta_2 = 0,228$ menunjukkan Promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali. Sehingga apabila promosi ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan meningkat dengan asumsi bahwa variabel kualitas pelayanan dan lokasi dianggap tetap.

4) $\beta_3 = 0,339$ menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali. Sehingga apabila lokasi ditingkatkan, maka kepuasan konsumen meningkat dengan asumsi bahwa variabel kualitas pelayanan, promosi dianggap tetap.

b. Uji Statistik (uji t)

Tabel Uji Parsial (Uji t)

Variabel	B	Sig	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0,338	0,000	Signifikan
Promosi	0,228	0,009	Signifikan
Lokasi	0,339	0,000	Signifikan

Sumber : Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.11 tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap kepuasan konsumen pada Toko Grosir Bumi Jaya Abadi diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ artinya bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali, sehingga hipotesis 1 terbukti dan diterima
- 2) Promosi (X_2) terhadap kepuasan konsumen pada Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$ artinya bahwa variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali, sehingga hipotesis 2 terbukti dan diterima
- 3) Lokasi (X_3) terhadap kepuasan konsumen pada Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ artinya bahwa variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali, sehingga hipotesis 3 terbukti dan diterima

c. Uji Simultan (Uji f)

Tabel Hasil Uji f

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134,028	3	44,676	25,973	,000 ^a
	Residual	165,132	96	1,720		
	Total	299,160	99			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan, Promosi

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil uji F nilai $F = 25,973$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel, kualitas pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,669 ^a	,448	,431	1,312	1,926

a. Predictors: (Constant), Lokasi , Kualitas Pelayanan , Promosi

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber ; Data diolah, 2026

Uji *Adjusted R Square* didapatkan sebesar 0,431 yang berarti kepuasan konsumen Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali mampu dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan, Promosi, Lokasi sebesar 43,1 % sedangkan sisanya 56,9% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini misalnya kepercayaan, keputusan pembelian, citra merek, dll

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen . Artinya apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan semakin tinggi kepuasan Konsumen pada Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali. Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu dari Rosmayani Harahap, Budi Gautama Siregar, Jafar Nasution (2022) dan Oan Fauzia Rahmandika, Listyowati Puji,H. Purwanto (2020) yang memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan pelanggan

Promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila promosi ditingkatkan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen.Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali. Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu dari R Rahmatullah (2022) yang memperoleh hasil bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan konsumen

Lokasi terbukti positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila lokasi ditingkatkan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen pada Toko Grosir Bumi Jaya Abadi

Boyolali. Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu dari T Aprilia (2020) yang memperoleh hasil bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan promosi terhadap kepuasan konsumen Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
 - a. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali.
 - b. Promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali.
 - c. Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali.
2. Hasil uji t
 - a. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali
 - b. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali
 - c. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali
3. Uji F menunjukkan hasil uji secara simultan diketahui sebesar 25,973 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan ,promosi dan lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali.
4. Hasil Uji Determinasi menunjukkan hasil sebesar 0,431 yang berarti kepuasan konsumen Toko Grosir Bumi Jaya Abadi mampu dijelaskan oleh variabel, kualitas pelayanan, promosi dan lokasi sebesar 43,1 % sedangkan sisanya 56,9% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas, penulis memberikan saran kepada dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

1. Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan menjaga profesionalisme, keramahan, dan ketepatan waktu dalam melayani konsumen agar tercipta kepuasan dan loyalitas pelanggan.
2. Dari segi promosi, toko perlu mengoptimalkan penggunaan media sosial dan media lainnya serta memberikan respons yang cepat dan

sopan terhadap konsumen agar informasi produk tersampaikan secara efektif dan tepat sasaran.

3. Dari segi lokasi, toko sebaiknya mempertahankan lokasi yang strategis, mudah diakses, dan nyaman guna meningkatkan minat konsumen untuk berkunjung dan berbelanja kembali.
4. Penerapan saran tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang ditandai dengan meningkatnya minat konsumen untuk kembali berbelanja di Toko Grosir Bumi Jaya Abadi Boyolali.
5. Bagi peneliti yang akan datang, hendaknya dapat mengembangkan model/kerangka pikir penelitian atau menguji kembali model konseptual penelitian ini, dengan harapan agar diperoleh penguatan atas temuan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Fadli, A., Sugina, S., & Rahmadona, T. (2020). Pengaruh citra merek dan lokasi terhadap loyalitas nasabah pada PT Multi Karya Perkasa. *Jurnal Manajemen Retail Indonesia*, 1(2), 89-99.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ginting, N. F. H. (2012). *Manajemen pemasaran (Cet. 2)*. Yrama Widya.
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen operasi: Manajemen keberlangsungan dan rantai pasokan (Ed. 11)*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi 13, Jilid 1)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing (17th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen pemasaran (Jilid 2)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen pemasaran (Edisi Milenium, Jilid 1)*. Prenhallindo.
- Laksana, F. (2011). *Manajemen pemasaran: Pendekatan praktis*. Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, R. (2006). *Manajemen pemasaran jasa (Edisi 2)*. Salemba Empat.

- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen pemasaran dan jasa. Salemba Empat.
- Lutfi, M. (2012). Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis. USU Press.
- Munawaroh, M. (2013). Manajemen operasi. LP3M UMY.
- Tjiptono, F. (2004). Manajemen jasa (Edisi 3). Andi.
- Tjiptono, F. (2012). Strategi pemasaran. Andi.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran jasa. Andi.
- Vanessa, G., & Gaffar, V. (2007). Customer relationship management and marketing public relations. Alfabeta.
- Yaqin, A., & Ilfitriah, A. M. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank pengguna e-banking di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 4(2), 145-160.
- Zulkarnain, R., Taufik, H. E. R., & Ramdansyah, A. D. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 87-110.