



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DEPO AIR BIRU CILEDUG INDAH

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND LOCATION ON CONSUMER SATISFACTION AT CILEDUG INDAH BLUE WATER DEPOT

Nur Azizah¹, Mutmainnah²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
Email: nurrazizahh270103@gmail.com¹, dosen01720@unpam.ac.id²

Article Info

Article history :

Received : 01-08-2025

Revised : 02-08-2025

Accepted : 04-08-2025

Published : 06-08-2025

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality and location on consumer satisfaction at Depo Air Biru Ciledug Indah, both partially and simultaneously. The research method used is descriptive associative. In sampling, the Slovin formula was used, resulting in 98 respondents. Data analysis involved validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and data analysis techniques including validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, determination coefficients, and hypothesis testing (T-test and F-test). The results of this study indicate that product quality and location significantly influence consumer satisfaction, with the regression equation $Y = 2.289 + 0.504 X_1 + 0.749 X_2$. The coefficient of determination is 64.8%, while the remaining 35.2% is influenced by other factors. The hypothesis test yielded an F value greater than the critical F value ($134.328 > 3.09$). Therefore, the null hypothesis (H_0) is rejected, and the alternative hypothesis (H_3) is accepted. Thus, there is a significant simultaneous effect of product quality and location on consumer satisfaction at Depo Air Biru Ciledug Indah

Keywords: *Product Quality, Location, Consumer Satisfaction*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Depo Air Biru Ciledug Indah. baik secara parsial maupun secara simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif deskriptif. Dalam pengambilan sampel digunakan rumus Slovin dan diperoleh 98 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji T dan uji F). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 2.289 + 0.504 X_1 + 0.749 X_2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 64,8% sedangkan sisanya sebesar 35,2% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($134.328 > 3.09$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan demikian, terhadap pengaruh signifikan secara simultan antara Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Depo Air Biru Ciledug Indah

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Lokasi, Kepuasan Konsumen*

PENDAHULUAN

Kualitas Produk adalah faktor utama yang mempengaruhi Kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa Konsumen lebih cenderung memilih produk yang dianggap berkualitas tinggi, yang dalam konteks ini mencakup kebersihan, kemurnian, dan rasa air (Sari & Amin, 2023). Kualitas yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan konsumen, dan oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam



tentang perilaku konsumen di Depo Air Biru. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi pemilik Depo Air untuk menetapkan kebijakan Produk dan memilih Lokasi yang lebih tepat, serta menganalisis bagaimana kedua faktor ini berinteraksi dan memengaruhi

Pengamatan awal menunjukkan bahwa banyak konsumen Depo Air Biru lebih mengutamakan kemudahan akses sebagai salah satu faktor utama dalam melakukan pembelian. Ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki sudut pandang yang berbeda terkait Produk Dan Lokasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang perilaku konsumen di Depo Air Biru. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi pemilik Depo Air untuk menetapkan kebijakan produk dan memilih lokasi yang lebih tepat, serta menganalisis bagaimana kedua faktor ini berinteraksi dan memengaruhi

Berdasarkan penjelasan diatas, untuk melihat kondisi yang sebenarnya pada konsumen sehingga dapat melakukan kepuasan konsumen pada depo air biru ciledug indah , penulisan melakukan pra-survey tersebut diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Hasil Kuesioner Pra-Survei Mengenai Kualitas Produk

Indikator	Jawaban				Jumlah Responden
	Ya	Persentase %	Tidak	Persentase %	
Performance (kinerja) Apakah produk Depo Air Biru memenuhi kebutuhan anda?	20	57,1%	15	42,9%	35
Reliabilitas(keandalan) Apakah anda pernah mengalami masalah dengan produk Depo Air Biru ini?	25	28,6%	10	7,4%	35
Feature (fitur) Apakah anda menemukan fitur tambahan yang meningkatkan pengalam anda dengan produk Depo Air Biru ini?	7	20%	28	80%	35
Desain Apakah anda puas dengan daya tahan produk Depo Air Biru Selama penggunaan?	13	37,1%	22	62,9%	35
Durability (dayatahan) Apakah produk Depo Air Biru ini konsisten dalam memenuhi standar kualitas yang anda harapkan?	9	25,7%	26	74,3%	35
Konsistensi Apakah desain kemasan dan bentuk produk Depo Air Biru ini mempengaruhi pilihan anda?	12	34,3%	23	65,7%	35

Sumber : Data Pra-Survey Depo Air Biru Ciledug Indah

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat 80% responden tidak pada indikator *Feature* (Fitur) dengan pernyataan Apakah Anda Menemukan fitur tambahan yang meningkatkan pengalaman anda dengan produk Depo Air Biru ini menunjukkan perhatian yang cukup terhadap masalah atau keluhan yang Anda sampaikan dan hanya 20% didapatkan tanggapan responden yang menjawab cenderung ya tentunya hal tersebut mengindikasikan adanya permasalahan terkait pada indikator *Feature* (fitur) berbanding dengan indikator lain dimana responden menjawab setuju. Dapat



dikatakan dari data diatas bahwa Kualitasproduk di Depo Air Biru masih belum baik dimana hal ini dapat mempengaruhi Kepuasan Konsum

Tabel 1. 2
Data Hasil Pra-Survey Mengenai Lokasi

Indikator	Jawaban				Jawaban Responden
	Ya	Presentase %	Tidak	Parsentase %	
Aksesibilitas Apakah lokasi Depo Air Biru mudah dijangkau dengan transportasi umum?	12	34,3%	23	65,7%	35
Visibilitas Apakah lokasi Depo Air Biru terlihat jelasdari jarak pandang normal?	16	45,7%	19	54,3%	35
Tempat Parkir Apakah terdapat tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman di sekitar Lokasi Depo Air Biru?	14	40%	21	60%	35
Ekspansi Apakah ada ruang yang cukup untuk perluasan usaha di lokasi Depo Air Biru di masa depan	8	22,9%	27	77,1%	35
Lingkungan Apakah lingkungan Depo Air Biru sekitar mendukung jenis Jasa yang akan ditawarkan?	11	31,4%	24	68,6%	35

Sumber : Data pra – survey depo air biru

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, dapat dilihat 77,1% responden tidak pada indikator *Ekspansi* dengan pernyataan Apakah ada ruang yang cukup untuk perluasan usaha di lokasi ini dimasa depan mudah 22,9% didapatkan tanggapan responden yang menjawab cenderung ya tentunya hal tersebut mengindikasikanadanya permasalahan terkait pada indikator *Ekspansi* bebanding dengan indikator lain dimana responden cenderung menjawab setuju. Dapat dikatakan dari data diatas bahwa konsumen di depo air biru masih belum puas dimana hal ini dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

Tabel 1. 3
Data Hasil Pra-Survey Mengenai Kepuasan Konsumen

Indikator	Jawaban				Jawaban Responden
	Ya	Presentas %	Tidak	Presentas %	
Kualitas Produk Apakah Anda puas dengan kejernihan Depo Air Biru yang disediakan?	14	40%	21	60%	35
Pelayanan Pelanggan Apakah layanan pelanggan kami merespons pertanyaan atau keluhan Anda dengan cepat?	16	45,7%	19	54,3%	35
Ketersediaan Produk Apakah produk Depo Air Biru selalu tersedia ketika Anda	17	48,6%	18	51,4%	35



Indikator	Jawaban				
	Ya	Presentas %	Tidak	Presentas %	Jawaban Responden
mebutuhkannya?					
Harga Apakah Depo Air Biru merasa harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produk?	13	37,1%	22	62,9%	35
Kemudahan Akses Apakah lokasi Depo Air Biru mudah dijangkau?	17	48,6%	18	51,4%	35
Ulasan dan Rekomendasi Apakah Anda melihat ulasan positif dari konsumen lain tentang produk kami?	13	37,1%	22	62,9%	35
Keberlanjutan Praktik Apakah Anda mengetahui bahwa Depo air Biru menerapkan praktik ramah lingkungan?	10	28,6%	25	71,4%	35

Sumber : Data Pra survey Depo air biru ciledug indah

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat 71,4% responden tidak pada indikator Keberlanjutan Praktik dengan pernyataan Apakah anda mengetahui bahwa Depo Air Biru menerapkan praktik ramah lingkungan 28,6% didapatkan tanggapan responden yang menjawab cenderung ya tentunya hal tersebut mengindikasikan adanya permasalahan terkait pada indikator kesesuaian harapan berbanding dengan indikator lain dimana responden cenderung menjawab setuju. Dapat dikatakan dari data diatas bahwa Konsumen di Depo Air Biru masih belum puas dimana hal ini dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

Tabel 1. 5
Pencapaian Penjualan Depo Air Biru Ciledug Indah

Tahun	Target	Sales	Parsentase	Jumlah Konsumen
2021	50.000	60.766	121,5%	9.083
2022	60.000	79.719	132,8%	11.900
2023	80.000	71.878	89,8%	6.143

Sumber : Depo Air Biru ciledug indah

Dari Tabel 1.5 di atas, dapat dilihat bahwa pada tahun 2021, penjualan berhasil melampaui target yang ditetapkan, yaitu sebesar 60.766 unit atau 121,5% dari target, dengan jumlah konsumen sebanyak 9.083 orang. Pada tahun 2022, pencapaian penjualan mengalami peningkatan dibanding tahun sebelumnya, dengan jumlah sales sebesar 79.719 unit atau 132,8% dari target, dan jumlah konsumen mencapai 11.900 orang. Namun, pada tahun 2023 terjadi penurunan pencapaian, di mana sales hanya mencapai 71.878 unit atau 89,8% dari target, dan jumlah konsumen menurun menjadi 6.143 orang.



Tabel 1. 6
Jumlah Konsumen Tahun 2023

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari	600
Febuari	560
Maret	650
April	500
Mei	650
Juni	550
Juli	500
Agustus	543
September	540
Oktober	400
November	350
Desember	300
Total Konsumen	6.143

Sumber : Depo Air Minum Ciledug Indah

Berdasarkan tabel 1.6 diketahui bahwa jumlah konsumen Depo Air Biru Ciledug Indah dari bulan Januari hingga Desember tahun 2023 mengalami fluktuasi. Meskipun terdapat beberapa bulan dengan peningkatan jumlah konsumen, secara umum terdapat kecenderungan penurunan dari bulan ke bulan. Hal ini dapat berdampak langsung terhadap menurunnya penjualan di Depo Air Biru Ciledug Indah.

Kajian Pustaka

1. Kualitas Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Sangadji dan Sopiah 2019: 15). Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, penggunaan ataupun konsumsi yang bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan (Abubakar 2019: 31). Menurut Firmansyah (2019:3) produk secara dapat diartikan “sebagai sekumpulan atribut fisik yang secara nyata terkait dalam sebuah bentuk dapat diidentifikasi. nyata yang didalamnya mencakup warna, kemasan, harga, presise pengencer, dan pelayanan dari pabrik dan pengencer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sebuah hal yang dapat memberikan kepuasan atas keinginannya”. Menurut (Sabran dalam Riyono 2019:98) produk adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan Kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide”.

2. Kualitas Lokasi

Menurut Kotler dan Armstrong (2019:78) tempat atau saluran distribusi yaitu “kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia untuk dikonsumsi oleh konsumen sasaran”. Penetapan harga bergantung pada apakah perusahaan bekerja sama dengan pihak lain atau menjual secara langsung melalui situs web. Tingkat saluran mengacu pada lapisan perantara yang membantu membawa produk lebih dekat ke pembeli atau konsumen akhir

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah hasil evaluasi dari fitur suatu produk yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya, dengan kinerja produk yang sesuai bahkan melebihi harapan



konsumen Menurut (Sasongko, 2021). Tjiptono 2012 (dalam Kartini dan Hakim et al., 2019) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan situasi ketika konsumen menyadari jika kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan harapan dan telah terpenuhi dengan baik. Kotler (2009) dalam Anjarwan (2018) menyatakan bahwa pengertian kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang di rasakan dengan harapannya, jika hasil memenuhi harapan menandakan pelanggan puas.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2019:8) berpendapat “Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang belandasan pada filsafat positif, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Tabel 4. 1

Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kualitas Produk (X1)

No	Kuesioner	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	Air dari Depo Biru ini memenuhi kebutuhan dehidrasi saya	0.647	0.198	Valid
2.	Produk Depo Air Biru ini dapat digunakan dengan efektif dalam berbagai situasi	0.679	0.198	Valid
3.	Air dari Depo Biru ini selalu aman dan berkualitas tinggi	0.798	0.198	Valid
4.	Saya tidak pernah mengalami masalah dengan kualitas air Depo Biru ini	0.732	0.198	Valid
5.	Kemasan Depo Air Biru yang praktis memudahkan saya untuk membawa air minum kemanapun.	0.736	0.198	Valid
6.	Fitur tambahan pada produk Depo Air Biru (jika ada, misalnya mineral tertentu) sangat bermanfaat bagi kesehatan saya	0.615	0.198	Valid
7.	Kemasan Depo Air Biru ini menjaga kualitas air dengan baik	0.783	0.198	Valid
8.	Air dari Depo Biru ini tetap segar dan berkualitas meskipun sudah disimpan beberapa waktu	0.713	0.198	Valid
9.	Setiap kali memesan Depo Air Biru, kualitas air yang saya terima selalu sama	0.795	0.198	Valid
10.	Produk Depo Air Biru selalu memenuhi ekspektasi saya dari segi kualitas	0.806	0.198	Valid
11.	Desain Depo Air Biru kemasan memberikan kesan profesional dan berkualitas	0.838	0.198	Valid
12.	Desain kemasan produk Depo Air Biru menarik dan sesuai dengan selera saya	0.959	0.198	Valid

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan data tabel di atas, variabel Kualitas Produk (X1) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0.198), 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 Berdasarkan Variabel Lokasi (X₂)

No	Kuesioner	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	Akses ke kawasan Ciledug Indah sangat mudah dari berbagai arah	0.746	0.198	Valid
2.	Lokasi Depo Air Biru mudah di akses kemana-mana	0.476	0.198	Valid
3.	Lokasi Depo Air Biru Ciledug Indah dapat di lihat jelas dari jalan utama	0.336	0.198	Valid
4.	Tanda atau papan nama Depo Air Biru terlihat dengan jelas	0.749	0.198	Valid
5.	Tempat parkir di Depo Air Biru cukup luas	0.770	0.198	Valid
6.	Kemudahan akses ke tempat sekitar Depo Air Biru	0.753	0.198	Valid
7.	Terdapat potensi untuk menambah fasilitas di Lokasi Depo Air Biru	0.796	0.198	Valid
8.	Ruang di sekitar lokasi Depo Air Biru cukup untuk pengembangan usaha di masa depan	0.729	0.198	Valid
9.	Lingkungan sekitar mendukung keberadaan Depo Air Biru	0.677	0.198	Valid
10.	Fasilitas umum di sekitar Lokasi membantu meningkatkan pelayanan Depo Air Biru	0.689	0.198	Valid

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan data tabel di atas, variabel Lokasi (X₂) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0.198), 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 Berdasarkan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Kuesioner	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	Air yang disediakan oleh Depo Air Biru tampak sangat bersih dan jernih.	0.743	0.198	Valid
2.	Saya sangat puas dengan rasa air yang ditawarkan oleh Depo Air Biru.	0.530	0.198	Valid
3.	Layanan pelanggan Depo Air Biru selalu cepat dalam merespons pertanyaan atau keluhan saya.	0.669	0.198	Valid
4.	Karyawan Depo Air Biru selalu bersikap ramah dan profesional dalam melayani saya.	0.688	0.198	Valid
5.	Saya selalu dapat menemukan produk yang saya inginkan ketika berbelanja di Depo Air Biru.	0.649	0.198	Valid
6.	Depo Air Biru menyediakan berbagai pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan saya.	0.681	0.198	Valid
7.	Harga produk di Depo Air Biru sangat sebanding dengan kualitas yang ditawarkan.	0.642	0.198	Valid
8.	Saya sering mendapatkan penawaran menarik dan diskon ketika berbelanja di Depo Air Biru.	0.673	0.198	Valid
9.	Depo Air Biru berada di tempat yang strategis.	0.666	0.198	Valid
10.	Proses pembelian di Depo Air Biru sangat mudah, baik secara langsung maupun online.	0.793	0.198	Valid
11.	Ulasan positif dari konsumen lain membuat saya semakin yakin untuk memilih Depo Air Biru.	0.757	0.198	Valid
12.	Saya akan selalu memilih Depo Air Biru sebagai tempat untuk membeli air minum	0.762	0.198	Valid
13.	Saya sangat mengapresiasi upaya Depo Air Biru dalam menerapkan praktik yang ramah lingkungan.	0.7.65	0.198	Valid
14.	Saya merasa senang berbelanja di tempat yang peduli terhadap lingkungan seperti Depo Air Biru.	0.758	0.198	Valid

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan data tabel di atas, variabel Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0.198), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.



2. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 4
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen dan Dependen

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.854	12

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.869	10

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.918	14

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,854, Lokasi (X_2) sebesar 0,869 dan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,918. Dengan demikian seluruh variabel dinyatakan *reliabel*, hal itu dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai *Chronbath Alpha* lebih besar dari 0,600.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4. 14
Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.64713902
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.050
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi ($0.200 > 0,050$). Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. 15
Hasil Pengujian Multikolinieritas Dengan Collinearity Statistic

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	KUALITAS PRODUK	.335	2.986
	LOKASI	.335	2.986

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data diolah 2025



Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel di atas diperoleh nilai *tolerance* variabel kualitas produk sebesar 0,335 dan lokasi sebesar 0,335, dimana kedua nilai tersebut kurang dari 1. dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) variable kualitas produk dan lokasi sebesar 2.986 dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model *regresi* ini tidak ada gangguan multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 18

Hasil Pengujian Heteroskesdastisitas Dengan Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.289	2.529		.114	.909
	Lokasi	.504	.120	.381	4.207	.686
	Promosi	.749	.131	.520	5,734	.138

a. Dependent Variable: AbsRes

Sumber : Data diolah peneliti 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, *glejser test* model pada variable kualitas produk (X_1) diperoleh nilai *probability* signifikansi (Sig) sebesar 0,686 dan lokasi (X_2) diperoleh nilai *probability* signifikansi (Sig) sebesar 0,138 dimana keduanya nilai signifikansi (Sig) > 0,05. Dengan demikian *regression* model pada data ini tidak ada gangguan heteroskedastisitas. Sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 4. 17

Autokorelasi Dengan Durbin-Watson

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.859 ^a	.739	.733	5.706	.739	134.238	2	95	.000	1.702

a. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, model regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 1.702 yang berada diantara interval 1,550 - 2,460.

4. Uji Asumsi Regresi Linier

Tabel 4. 21

Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda Variabel Kualitas Produk (X1) dan Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.289	1.529		.114	.009
	KUALITAS PRODUK	.504	.120	.381	4.207	.000
	LOKASI	.749	.131	.520	5.734	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data diolah 2025



Berdasarkan dari hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 2.289 + 0.504 X_1 + 0.749 X_2$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 2.289 diartikan bahwa jika variabel kualitas produk (X_1) dan lokasi (X_2) tidak dipertimbangkan maka kepuasan konsumen (Y) hanya akan bernilai sebesar 2.289 poin
- Nilai kualitas produk (X_1) 0.504 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel lokasi (X_2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel kualitas produk (X_1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0.504 poin
- Nilai lokasi (X_2) 0.749 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas produk (X_1), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel lokasi (X_2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0.749 poin.

5. Koefisien Korelasi

Tabel 4. 25
Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Simultan Antara Kualitas Produk (X1) Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.739	.733	5.706
a. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PRODUK				

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Koefisien korelasi sebesar 0.859 artinya variabel kualitas produk dan lokasi mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan konsumen

6. Uji Koefisiensi Determinasi

Tabel 4. 28
Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan Antara Kualitas Produk (X1) Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.739	.733	5.706
a. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PRODUK				

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Kualitas Produk dan Lokasi sebesar 0.859 masuk dalam interpretasi 0,800 – 1.000 dengan tingkat hubungan sangat kuat. Yang artinya tingkat hubungan kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Adapun nilai *Rsquare* sebesar 0.739 artinya Kualitas Produk (X_1) dan Lokasi (X_2) memberikan kontribusi pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 73.9%, sedangkan sisanya sebesar 26.1% disebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini



7. Uji Hipotesis

Tabel 4. 29 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.987	2.867		1.042	.000
	KUALITAS PRODUK	1.065	.080	.805	13.299	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($13.299 > 1,984$) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < Sig.0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Depo Air Biru Ciledug Indah

Tabel 4. 30 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.559	2.509		1.817	.000
	LOKASI	1.198	.082	.831	14.616	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($14.616 > 1,984$). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < Sig\ 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap kepuasan konsumen di Depo Air Biru Ciledug Indah

Tabel 4. 31 Hasil Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Antara Kualitas Produk (X1) dan Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8742.000	2	4371.000	134.238	.000 ^b
	Residual	3093.347	95	32.562		
	Total	11835.347	97			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
b. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PRODUK

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($134.328 > 3.09$), hal ini juga diperkuat dengan $p\ value < Sig\ 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan di Depo Air Biru Ciledug Indah.



KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi $Y = 2.987 + 1.065 X_1$, nilai korelasi sebesar 0,805 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 64,8%, dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(13.299 > 1,984)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Depo Air Biru Ciledug Indah
2. Pengaruh Lokasi signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi $Y = 4.559 + 1.198 X_2$, nilai korelasi sebesar 0,831 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 69%, dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(14.616 > 1,984)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima artinya terdapat pengaruh signifikan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Depo Air Biru Ciledug Indah.
3. Kualitas Produk dan Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi $Y = 2.289 + 0.504 X_1 + 0.749 X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,859 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 73,9%, sedangkan sisanya sebesar 26,1% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(134.328 > 3.09)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Depo Air Biru Ciledug Indah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). Manajemen Pemasaran. Bandung: CV. Alfabeta.
- Achmad Rizal. 2020. Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0. Yogyakarta : Deepublish
- Algifari. (2015). Analisis Regresi Untuk Bisnis Dan Ekonomi. Yogyakarta: BPFE.
- Ali Hasan. (2014). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS. Yogyakarta
- Angipora, M. P. (2019). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Cet. 2). Jakarta: PT Raja Graha Persada.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pembelian produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buchari, Alma. 2015. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran jasa: Strategi, mengukur kepuasan, dan loyalitas pelanggan*. Jakarta : PT. Gramedia
- Fayol, H. (2016). *General And Industrial Management* (Terjemahan Constance Storrs). Ravenio Books.
- Firmansyah, M. A., dan Mahardhika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat. Universitas Diponegoro, Semarang. 2013:47-139.
- Gulick, L. E., & Urwick, L. F. (Eds.). (2018). *Papers On The Science Of Administration* (1st Ed.). Forgotten Books
- Hasibuan, M. S. P. (2017). *Manajemen: Dasar, Pengertian, Dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Heizer, Jay and Render Barry. (2015). *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11. Jakarta: Salemba Empat
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grasindo.
- Husein Umar. 2019. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia



- Imam Ghozali. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Ke 8)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th Ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler Philip dan Keller K Lane, *Manajemen Pemasaran*. (New jersey, Prentice Hall.)
- Kotler Phillip. (2021). *manajemen pemasaran*. CV Budi Utama, Jakarta
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. United Kingdom: Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2019. *Prinsip – Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1*, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Kottler, philip. (2019). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Online Public Access Catalog
- Philip, K., & Armstrong, G. (2019). *Principles Of Marketing (17th Ed.)*. Pearson Education Limited.
- Rachmawati, A., Nurjanah, N., & Fathurrahman, M. (2022). *Strategi pemasaran dan perilaku konsumen di era digital*. Bandung: CV Jejak.
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, T. E. P. S., Dkk. (2021). *Digital Marketing: Konsep Dan Strategi*
- Sangadji, E. M., & Sopiiah. (2019). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian (Edisi 1, Cet. 1)*. Andi.
- Santoso, S. (2019). *Mahir Statistik Parametrik (1st Ed.)*. Elex Media Komputindo.
- Siagian, S. P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi)*. Bumi Aksara.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. PUSTAKA ABADI.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif (M. S. Sofia Yustiyani Suryandari, S.E. (Ed.))*. Alfabeta.
- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (2 Cetakan)*. Alfabeta.
- _____. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (2 Cetakan)*. Alfabeta.
- _____. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (4th Ed.)*. Alfabeta.
- Supangat. Andi (2020) *Statistik Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, Dan. Nonparametrik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Pemasaran Strategik (Hal. 95–101)*. Penerbit Andi.
- Warnadi, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Sleman: Grup Penerbit CV Budi Utama.
- Ali, S. K., & Simdani, D. L. (2020). *Analisa Pengaruh Lokasi Dan Servicescape Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Pohon Inn Hotel*. Universitas Kristen Petra.
- Amirudin, A., Anggraini, R. R., & Hermawan, H. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Umkm Global Bakery Parung Bogor*. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 14(2), 246-254.
- Andhika, A., Hasanah, A. U., Rahmawati, I., & Sanjaya, V. F. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Cafe Inspirasi Corner)*. *Business And Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 1(2).
- Arianto, N., Aroha, S., & Aroha, S. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Daphubu Kampung Aceh di Pamulang Kota Tangerang*. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 3(2), 270-284.
- Atmojo, R. P. C., & Herdinata, C. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan CV. Andindo Duta Perkasa*. *PERFORMA*, 5(5).
- Dahlioni, Y., & Ahwal, R. H. (2021). *Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukser Makmur Di Jember*. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 181-190.



- Dwimahendrawan, A., Margareta, A. P., & Yulistiani, T. (2023). Optimalisasi Penjualan Produk Melalui Inovasi Kemasan Dan Pemasaran Digital Pada Usaha Krupuk Pentol Di Desa Wonojati. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 6(2), 169-185.
- Dwi Nurahman, Yulistina Yulistina, Yodhi Yuniarthe, Resy Anggun Sari, & Dina Haryati. (2023). Literasi Digital Pada Aspek Hukum Bisnis UMKM Kelompok Usaha PKK Desa Wisata Pulau Pahawang. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 142–147. <https://doi.org/10.56910/sewagati.v2i2.764>
- Firmansyah. (2019). *Pengaruh Produk, Promosi, Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Restoran Youwie Palembang)*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi (JEMSI)*, 10(2), 1–10. Universitas Sriwijaya.
- Fuadati, M., & Wilujeng, I. (2019). Web-Lembar Kerja Peserta Didik IPA Terintegrasi Potensi Lokal Pabrik Gula Untuk Meningkatkan Rasa Ingin Tahu Peserta Didik. *Jurnal Inovasi Pendidikan IPA*, 5(1), 98-108.
- Gerard, O., Numan, A., Krishnan, S., Khalid, M., Subramaniam, R., & Kasi, R. (2022). A Review On The Recent Advances In Binder-Free Electrodes For Electrochemical Energy Storage Application. *Journal Of Energy Storage*, 50, 104283.
- Grace, Vienna Kedy, Mutmainnah. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Holland Bakery Pamulang. *Jurnal PERKUSI: Pemasaran, Keuangan dan Sumber Daya Manusia*. 643-654
- Gunawan, I., Sumantyo, F. D. S., & Ali, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada WR. Gado-Gado Maya. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 1-17.
- Hakim, L., Wulandari, Kartini, R. S., & Maulana, C. (2019). Peranan Tingkat Kualitas Pelayanan Dalam Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Di Supermarket X. *E-Prosiding Snasteks*, 1(1), 199–210.
- Hanum, E. L. (2022). E-JRA Vol. 11 No. 09 Februari 2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. *E-Jra*, 11(09), 84–92.
- Irwansyah, D., & Ari Saptari, M. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Swalayan Dengan Metode Importance Performance Analysis Dan Model Kano Trisna 1). *Industrial Engineering Journal*, 16–21.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72-78.
- Joni Efendi Dan Nur Azizah. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Fanny Textile”. *Jurnal Mitra Vol.2 No.1*
- Kurniawan, Y., & Mashariono, M. (2021). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Zahra Catering. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(1).
- Majid, A., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., Santika, D., Ummah, F., Fitriana, L., & Ummah, A. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Journal Of Economics, Management, And Business Research*, 2(1).
- Margawati, C. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Produk Franchise Burgerstops.
- Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736-3740.
- Maulana, A., Azzahra, A., Akbar, R., Sahbuddin, R., Manajemen, P. S., Makassar, U. N., & Makassar, K. (2025). *Issn : 3025-9495*. 17(3).
- Nabila. (2022). Sk Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Sinar Surya Palembang. 549, 40–42.



- Nurahman, D., Reny, W. A., Desmon, D., & Anisa, N. (2023). *The Urgency Of Indonesian Collaboration With International Organizations In Terms Of Cooperation And Exchange Of Information On Economic Crime And Money Laundering. International Conference On “Changing Of Law: Business Law, Local Wisdom And Tourism Industry” (ICCLB 2023)*, 429– 436.
- Nurfitri, A. R., Winarsih, W., & Setyaningsih, E. (2022). Peran persepsi harga, kualitas produk, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada swalayan di Kota Depok. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5572–5586. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2016>
- PRATIWI, N. D. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan.
- Ramadhan, D., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(6).
- Riyono, & Budiharja. (2019). Pengaruh Kualitas , Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal STIE Semarang*, Vol 8, NO. 2, Edisi Juni 2016
- Riyono. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal Stie Semarang*, Vol 8, Edisi Juni 2016 (ISSN : 2252-826).
- Rohim, M. A. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Konsumen Di Home Credit Aeon Mall Bsd. *Journal Of Research And Publication Innovation*, 3(1), 477-489.
- Sihotang, F. P., & Oktarina, R. (2022). Penggunaan Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi) Dalam Menganalisis Pengaruh Sistem E-Service Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan The Use Of Importance Performance Analysis (Ipa) And Customer Satisfaction Index (Csi) Methods In Analyzing The Effect Of The E-Service System On The Customer Level. In *Jtsi* (Vol. 3, Issue 1).
- Smith, J. A. (2022). *Pengelolaan Sumber Daya Air Di Perkotaan*. 114-156 (8).
- Sofyan, C., Sepang, J., & Loindong, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Whtâ€™ S Up Cafã%o Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Styaningrum, A. (2019). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Brownies Maylisa). *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 5(2), 136-147.
- Sualang, J. J., Tumbel, L. L., & Loindong, S. S. R. (2021). Importance Performance Analysis (Ipa) Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Winangun Atas Analysis Of Important Performance (Ipa) Quality Of Service To Customer Satisfaction In The Winangun Alfamart. *476 Jurnal Emba*, 9(2), 476–485.
- Suhardi, D., Basem, Z., & Supardi, S. (2022). The Effect Of Leadership And Motivation On Teacher Performance At SMK Negeri 1 Bangkinang. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 4(1), 126-136.
- Suryaningrat, Y., Sutrisno, S., & Ratih, S. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 117-130.
- Wijaya, H. (2019). Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Yusuf, M. A. H., Kasim, A., & La Sulle, A. (2020). *Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna melalui kepuasan sebagai variabel mediasi pada aplikasi belanja online*. *Jurnal Ilmiah Musytari*, 2(4), 10–18.
- Yusuf, A. (2022, Juni 16). *Fungsi Dan Pengertian Manajemen Menurut Para Ahli*. Birilio.Net.