

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Grosir Mutmainah Kudus dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi

Manunal Ahna Zanuba¹, Muhammad Faisal Yul Zamrudi²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Universitas Islam Sultan Agung
zanubamanunal@gmail.com¹

ABSTRACT

Competition in today's business world is increasingly fierce. This is also felt by business owners in the trading sector, such as the owner of the Mutmainah Kudus Wholesale Store. The Mutmainah Kudus Wholesale Store is one of the largest wholesale stores in Kudus City. The Mutmainah Kudus Wholesale Store must understand the factors that influence customers satisfaction. The Mutmainah Kudus Wholesale Store must make several improvements and innovations to increase customer satisfaction. This study aims to analyze the influence of service quality and business location on customer loyalty, with customer satisfaction as the mediating variable. This study is a qualitative study, which is descriptive and tends to use analysis. The population in this study was all customers of the Mutmainah Kudus Wholesale Store. The sample in this study was thirty customers of the Mutmainah Kudus Wholesale Store aged seventeen years and above. The results of this study indicate that the variables of service quality and business location studied have a positive effect on customer satisfaction. Furthermore, the customer satisfaction variable also showed a significant positive effect on customer loyalty.

Keywords : *Service quality, Location, Customer Satisfaction, Consumer Loyalty.*

ABSTRAK

Persaingan di dunia bisnis saat ini semakin ketat. Hal ini juga dirasakan para pelaku bisnis di bidang perdagangan seperti pemilik Toko Grosir Mutmainah Kudus. Toko Grosir Mutmainah Kudus merupakan salah satu pedagang toko grosir di Kota Kudus saat ini. Toko Grosir Mutmainah Kudus harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumennya. Toko Grosir Mutmainah Kudus harus melakukan beberapa perbaikan dan inovasi yang dapat meningkatkan kepuasan konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap loyalitas pelanggan dimana kepuasan konsumen sebagai variabel mediasinya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Grosir Mutmainah Kudus. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah tiga puluh konsumen dari Toko Grosir Mutmainah Kudus yang berusia tujuh belas tahun ke atas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan lokasi usaha yang diteliti terbukti berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, pada variabel kepuasan konsumen juga menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : *Kualitas pelayanan, Lokasi, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Konsumen.*

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian yang terus berlangsung telah mendorong pertumbuhan sektor perdagangan secara signifikan. Hal ini ditandai dengan

semakin banyaknya pelaku usaha di bidang perdagangan, baik dalam bentuk toko tradisional, minimarket, pasar swalayan, maupun usaha grosir. Sektor perdagangan memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian daerah maupun nasional karena mampu membuka lapangan kerja, meningkatkan distribusi barang, serta memenuhi kebutuhan masyarakat secara luas. Salah satu bentuk usaha yang berkembang pesat dalam sektor ini adalah usaha grosir atau *wholesaler*, yang berfungsi sebagai penghubung antara produsen dan pedagang eceran.

Grosir atau *wholesaler* merupakan pelaku usaha yang menjual barang dalam jumlah besar kepada pedagang ecer maupun konsumen tertentu. Keberadaan grosir sangat membantu pedagang ritel kecil karena menyediakan berbagai kebutuhan dalam satu tempat dengan harga yang relatif lebih terjangkau, sehingga pedagang kecil dapat menjual kembali produk tersebut dengan harga yang kompetitif dan memperoleh keuntungan. Dengan demikian, usaha grosir tidak hanya berperan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen, tetapi juga berkontribusi pada keberlangsungan usaha mikro dan kecil. Toko Grosir Mutmainah yang berdiri sejak tahun 2001 merupakan salah satu contoh usaha yang berkembang dari pedagang ritel kecil menjadi toko grosir yang melayani pedagang ecer dan masyarakat umum, seiring dengan penerapan berbagai strategi usaha yang adaptif terhadap perubahan pasar.

Namun, perkembangan sektor perdagangan juga diikuti dengan meningkatnya tingkat persaingan. Munculnya banyak usaha grosir baru serta pesatnya perkembangan perdagangan berbasis *online* membuat persaingan antara pedagang *offline* dan *online* semakin ketat. Kondisi ini turut dirasakan oleh Toko Grosir Mutmainah Kudus, yang harus mampu mempertahankan eksistensi dan daya saing di tengah perubahan perilaku konsumen. Dalam situasi tersebut, pelaku usaha dituntut untuk menciptakan keunggulan kompetitif, salah satunya melalui peningkatan kualitas pelayanan, kelengkapan produk, serta pemilihan lokasi usaha yang strategis.

Fenomena perubahan kepuasan konsumen juga tercermin dalam tren belanja *online*. Berdasarkan laporan tahunan SYNC Asia Tenggara, Meta, dan Bain & Company, tingkat kepuasan konsumen terhadap belanja *online* mengalami penurunan di Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Rata-rata skor *Net Promoter Score* (NPS) di Asia Tenggara menurun dari 53% menjadi 35%, sementara di Indonesia terjadi penurunan dari 74% pada tahun 2021 menjadi 50% pada tahun 2022. Penurunan ini menunjukkan bahwa pengalaman belanja *online* tidak selalu memenuhi harapan konsumen, sehingga memunculkan peluang bagi belanja *offline* untuk kembali menjadi pilihan, khususnya bagi konsumen yang menginginkan kepastian produk, interaksi langsung, dan kenyamanan berbelanja.

Kepuasan konsumen merupakan faktor kunci dalam keberhasilan usaha. Kepuasan pelanggan merujuk pada perasaan positif yang muncul setelah konsumen membandingkan harapan dengan pengalaman yang diperoleh dari produk atau layanan yang diterima (Wardhana, 2024). Ketika harapan konsumen terpenuhi atau bahkan terlampaui, maka kepuasan akan tercapai, yang selanjutnya dapat membangun loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan memberikan berbagai

manfaat bagi perusahaan, antara lain meningkatkan loyalitas, memperluas pangsa pasar, memperkuat reputasi usaha, serta meningkatkan keuntungan jangka panjang. Oleh karena itu, pengukuran dan pengelolaan kepuasan pelanggan menjadi langkah strategis dalam menjaga keberlangsungan usaha.

Salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan seluruh aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Penelitian Dea Alvionita *et al.* (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Grosir Tirta Yasa, dengan kualitas pelayanan memberikan kontribusi pengaruh yang lebih besar dibandingkan harga. Selain itu, kepuasan dan kualitas pelayanan juga terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Taqdirul Alim, 2025). Konsumen yang puas cenderung melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan usaha kepada orang lain, sejalan dengan teori *relationship marketing* yang menekankan pentingnya hubungan jangka panjang berbasis kepercayaan, komitmen, dan kualitas layanan.

Selain kualitas pelayanan, lokasi usaha juga menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan konsumen. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan visibilitas, aksesibilitas, dan kenyamanan konsumen dalam berbelanja. Konsumen cenderung memilih tempat belanja yang dekat dengan aktivitas sehari-hari, aman, dan mudah dijangkau. Penelitian Marissa (2019) membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara lokasi dan kepuasan pelanggan pada Giant Express. Hasil serupa juga ditemukan oleh Irvan Rolyesh Situmorang (2022) serta Alfina Medytarisa (2023) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan lokasi yang tepat merupakan strategi penting dalam meningkatkan daya saing usaha.

Kepuasan konsumen selanjutnya berperan sebagai faktor penentu loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai komitmen konsumen untuk terus membeli produk atau menggunakan layanan dari suatu usaha meskipun tersedia alternatif lain di pasar. Loyalitas mencerminkan keberhasilan usaha dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Penelitian Huda dan Nugroho (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan yang tinggi akan menumbuhkan kepercayaan, sehingga pelanggan tidak mudah berpindah ke pesaing lain dan bersedia merekomendasikan usaha kepada pihak lain.

Toko Grosir Mutmainah yang berlokasi di Jalan Kapten Ali Mahmudi, Desa Bacin, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus merupakan usaha grosir yang hingga saat ini masih mampu bertahan dan bersaing di tengah ketatnya persaingan. Dengan jumlah item sekitar 1.000 jenis produk, rata-rata pengunjung lebih dari seratus orang per hari, serta pendapatan bulanan yang cukup besar, Toko Grosir Mutmainah menunjukkan potensi yang kuat sebagai objek penelitian. Meskipun banyak pesaing bermunculan, toko ini tetap memiliki pelanggan loyal, termasuk pedagang kelontong di wilayah sekitar.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, harga, dan faktor lainnya terhadap kepuasan konsumen, namun hasilnya masih menunjukkan perbedaan temuan. Beberapa penelitian menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sementara penelitian lain menunjukkan bahwa faktor selain lokasi, seperti harga dan kelengkapan produk, justru lebih dominan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya celah penelitian, khususnya pada sektor grosir lokal.

Berdasarkan uraian tersebut, penting untuk dilakukan penelitian yang mengkaji secara simultan pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada Toko Grosir Mutmainah Kudus. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan strategi usaha grosir lokal dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Usaha terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Grosir Mutmainah Kudus dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi.”**

TINJAUAN LITERATUR

Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen yang sangat penting sebagai pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk, baik sebelum maupun sesudah pembelian (Hapzi Ali, 2024). Kualitas layanan mengacu pada kriteria atau tingkat keunggulan yang ditetapkan penyedia layanan untuk memenuhi permintaan, harapan, dan kepuasan pelanggan. Pentingnya kualitas pelayanan berasal dari potensinya untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan serta menciptakan citra merek yang positif. Organisasi yang mampu memberikan kualitas pelayanan yang tinggi cenderung berhasil dalam jangka panjang, sedangkan organisasi yang tidak mampu memenuhi hal tersebut berisiko kehilangan konsumen dan reputasi. Kualitas pelayanan merupakan faktor krusial dalam memengaruhi kepuasan pelanggan yang mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen (Widya Raudhatul Hikmah, 2024; Ardiansyah, 2023).

Lokasi Usaha

Selain kualitas layanan, lokasi usaha juga merupakan variabel independen yang berperan penting dalam menciptakan keunggulan bersaing. Pemilihan lokasi yang strategis dapat membentuk pelayanan yang efektif dan efisien bagi konsumen serta memengaruhi risiko kerugian dan keuntungan usaha (Siti Nurlatifah, 2025). Lokasi usaha yang tepat dapat menghindari faktor-faktor yang merugikan dan memaksimalkan potensi keuntungan. Aksesibilitas menunjukkan sejauh mana suatu lokasi dapat dijangkau dengan mudah dan digunakan oleh konsumen (Riyaldi, 2025). Kondisi lingkungan dan kesesuaian lokasi dengan jenis kegiatan usaha juga menjadi pertimbangan penting dalam penentuan keputusan konsumen (Siti Nurul Hanifah, 2025).

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan konsep yang telah lama dikenal dalam ilmu pemasaran dan menjadi tujuan utama aktivitas bisnis (Muhammad Riadi, 2021). Kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan konsumen. Konsumen akan merasa kecewa jika kinerja berada di bawah harapan, merasa puas jika kinerja sesuai harapan, dan merasa sangat puas jika kinerja melebihi harapan. Kepuasan konsumen berperan penting dalam mempertahankan posisi pasar, mendorong pembelian ulang, serta menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumen (Shella Oktaviani, 2022). Kepuasan juga menjadi indikator penting bagi keuntungan jangka panjang dan penciptaan nilai pelanggan (Hari Agung Susanto, 2020; Sasongko, 2021).

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen konsumen untuk terus membeli produk atau menggunakan jasa dari perusahaan tertentu secara berulang meskipun terdapat alternatif lain di pasar (Popon Srisusilawati, 2023). Loyalitas pelanggan menjadi tolok ukur keberlangsungan usaha karena pelanggan yang setia akan memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Loyalitas dapat berupa loyalitas merek dan loyalitas toko, yang tercermin dari sikap positif konsumen dan perilaku pembelian ulang. Kepuasan pelanggan merupakan faktor utama yang memengaruhi loyalitas, meskipun pelanggan yang puas tidak selalu menjadi pelanggan yang loyal. Oleh karena itu, diperlukan strategi khusus untuk mempertahankan pelanggan agar tidak berpindah, seperti pemberian insentif atau program loyalitas (Mardalis, 2025).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilaksanakan di Toko Grosir Mutmainah Kudus pada waktu penelitian sesuai dengan periode pengambilan data yang telah ditentukan oleh peneliti. Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1) dan lokasi usaha (X2), variabel intervening yaitu kepuasan pelanggan (Y), serta variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Z). Populasi penelitian adalah seluruh konsumen atau pembeli yang berbelanja di Toko Grosir Mutmainah Kudus, sedangkan sampel penelitian adalah sebagian konsumen yang dipilih menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling, dengan kriteria konsumen berusia minimal 17 tahun dan pernah melakukan pembelian di toko tersebut, dengan jumlah sampel sekitar 30 responden. Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner dan pedoman wawancara semi terstruktur yang disusun berdasarkan variabel penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner, wawancara semi terstruktur kepada pelanggan, serta dokumentasi berupa catatan dan data

pendukung dari pemilik usaha. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif dengan metode regresi jalur (path analysis) untuk melihat hubungan langsung dan tidak langsung antarvariabel dalam model penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kualitas Pelayanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen di Toko Grosir Mutmainah Kudus. Pelanggan menilai pelayanan yang diberikan secara umum sudah baik, terutama dari sisi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Pada aspek *reliability*, pelanggan merasa barang yang diterima sesuai dengan pesanan dan pelayanan diberikan relatif cepat, termasuk pada pemesanan melalui *online* seperti *WhatsApp*, meskipun pada kondisi ramai terkadang terjadi keterlambatan yang masih dapat dimaklumi. Aspek *responsiveness* tercermin dari kesigapan karyawan dalam menanggapi keluhan dan melakukan penukaran barang sesuai prosedur, yang justru meningkatkan rasa percaya pelanggan. Dari sisi *assurance*, pelanggan merasa nyaman karena karyawan bersikap ramah, sopan, serta memberikan kejelasan harga sehingga tidak menimbulkan keraguan. Aspek *emphaty* terlihat dari perhatian personal karyawan yang membantu pelanggan memilih barang sesuai kebutuhan, khususnya pada pembelian untuk acara tertentu. Sementara itu, pada aspek *tangible*, pelanggan menilai fasilitas seperti nota cetak komputer dan ketersediaan *wifi* sebagai nilai tambah, meskipun terdapat keluhan terkait keterbatasan luas ruang toko saat kondisi ramai.

Lokasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi Toko Grosir Mutmainah Kudus dinilai cukup strategis dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dari sisi akses, pelanggan menyatakan lokasi mudah dijangkau karena berada di pinggir jalan dan di tengah lingkungan pemukiman, sehingga dapat diakses dengan berbagai jenis kendaraan. Lingkungan sekitar toko juga dinilai aman dan mendukung aktivitas usaha meskipun pada jam tertentu terjadi kepadatan lalu lintas akibat aktivitas sekitar. Namun, temuan penting pada aspek lokasi adalah keterbatasan tempat parkir yang dirasakan kurang memadai saat kondisi ramai, sehingga berpotensi menurunkan kenyamanan pelanggan. Keberadaan pesaing di sekitar toko tidak secara signifikan mengurangi minat pelanggan karena harga dan pelayanan Toko Grosir Mutmainah Kudus dinilai tetap kompetitif dibandingkan toko grosir lain.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen muncul sebagai hasil dari kualitas pelayanan dan lokasi usaha. Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara, sebagian besar pelanggan merasa pelayanan dan produk yang diterima sesuai dengan harapan mereka. Pada aspek kesesuaian harapan, pelanggan umumnya mendapatkan barang dan pelayanan sesuai pesanan, meskipun sesekali terjadi kesalahan kecil yang masih

dapat ditoleransi. Persepsi kinerja toko dinilai positif karena pelayanan cepat dan responsif, terutama bagi pelanggan yang melakukan pembelian rutin atau dalam jumlah besar. Penilaian konsumen secara keseluruhan menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas terhadap pelayanan, harga, dan kemudahan akses, sehingga pengalaman berbelanja di Toko Grosir Mutmainah Kudus dinilai menyenangkan.

Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen berdampak pada loyalitas pelanggan. Loyalitas tercermin dari pembelian ulang yang dilakukan secara konsisten oleh pelanggan lama, bahkan ada yang telah berbelanja selama bertahun-tahun. Faktor utama yang mendorong pembelian ulang adalah lokasi yang dekat, harga yang bersaing, dan pelayanan yang ramah. Selain itu, pelanggan juga menunjukkan loyalitas melalui rekomendasi kepada orang lain, baik keluarga maupun rekan, terutama karena kualitas pelayanan dan harga yang relatif terjangkau dibandingkan pesaing.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan yang ramah, cepat, dan mampu menangani keluhan dengan baik membuat pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun terjadi kesalahan kecil dalam pelayanan, kemampuan karyawan dalam merespons dan menyelesaikan masalah justru memperkuat kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen secara signifikan.

Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Lokasi usaha terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Lokasi yang strategis dan mudah diakses memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk berbelanja, sehingga meningkatkan kepuasan. Namun, temuan penelitian juga menunjukkan bahwa keterbatasan tempat parkir menjadi kelemahan yang berpotensi menurunkan kenyamanan pelanggan pada kondisi tertentu. Meskipun demikian, keunggulan akses dan lingkungan yang aman membuat lokasi Toko Grosir Mutmainah Kudus tetap dinilai positif oleh pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa lokasi strategis berkontribusi pada kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan toko kepada orang lain. Kepuasan yang terbentuk dari pelayanan, harga, dan pengalaman berbelanja menciptakan kepercayaan jangka panjang, sehingga pelanggan tidak mudah

berpindah ke pesaing. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor utama dalam membangun loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap loyalitas pelanggan dimana kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada Toko Grosir Mutmainah Kudus, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Grosir Mutmainah Kudus. Hal ini disebabkan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen pada Toko Grosir Mutmainah Kudus. Hal ini dapat terlihat dari hasil wawancara dan dari hasil kuisioner yang dibagikan dimana kebanyakan pelanggan atau konsumen menunjukkan rasa positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sehingga pelanggan merasa puas setelah berbelanja di Toko Grosir Mutmainah Kudus, maka hipotesis kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Grosir Mutmainah Kudus dapat diterima.
2. Variabel lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Grosir Mutmainah Kudus. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemilihan lokasi yang strategis dalam melakukan usaha, maka akan semakin meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen pada Toko Grosir Mutmainah Kudus. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara dan dari hasil kuisioner yang dibagikan dimana pelanggan merasa puas karena lokasi usaha Toko Grosir Mutmainah Kudus yang strategis dan mudah dijangkau oleh pelanggan yang aman dan berada di tengah-tengah pemukiman masyarakat, maka hipotesis lokasi usaha mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Grosir Mutmainah Kudus dapat diterima.

Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Grosir Mutmainah Kudus. Hal ini disebabkan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen maka tingkat ke loyalitasan konsumen juga semakin tinggi. Hal tersebut terlihat dari hasil wawancara dan kuisioner yang dibagikan dimana banyak pelanggan atau konsumen yang melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan Toko Grosir Mutmainah Kudus ke orang lain, maka hipotesis kepuasan konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Toko Grosir Mutmainah Kudus dapat diterima.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan masih ada beberapa indikator yang mempunyai kelemahan atau kekurangan yang mana kedepannya bisa diperbaiki demi kepentingan jalannya usaha Toko Grosir Mutmainah Kudus. Oleh karena itu, bagi suatu usaha diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk lebih meningkatkan kepuasan konsumen yang mana akan berdampak pada loyalitas pelanggan pada Toko Grosir Mutmainah Kudus, maka dari itu diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas pelayanan, indikator daya tanggap (responsiveness) masih mempunyai kelemahan dimana pihak toko terkadang masih melayani konsumen dengan salah baik kesalahan harga maupun kesalahan harga. Maka dari itu Toko Grosir Mutmainah Kudus disarankan untuk lebih teliti, fokus, dan profesional dalam melayani pelanggan agar tidak terjadi kesalahan baik harga maupun barang agar pelanggan merasa lebih puas untuk berbelanja di Toko Grosir Mutmainah Kudus. Selain indikator daya tanggap (responsiveness), indikator satu lagi yang mempunyai kelemahan adalah bukti fisik (tangible) dimana saat kondisi ramai Toko Grosir Mutmainah Kudus tempatnya sangat penuh, maka dari itu Toko Grosir Mutmainah Kudus sebaiknya memperluas tempatnya agar pelanggan merasa lebih puas untuk berbelanja di Toko Grosir Mutmainah Kudus.
2. Pada variabel lokasi, pada indikator tempat parkir mempunyai kelemahan dimana kondisi tempat parkir di Toko Grosir Mutmainah Kudus juga kurang luas, apalagi saat kondisi toko ramai yang membuat pelanggan kesusahan untuk memarkirkan kendaraannya. Maka dari itu, Toko Grosir Mutmainah Kudus sebaiknya memperluas kondisi tempat parkirnya sehingga pelanggan tidak kesusahan memarkirkan kendaraannya saat kondisi toko ramai.

DAFTAR PUSTAKA

- Alim, T., & Z. D. (2025). Pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada e-commerce Shopee. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, 66–74.
- Alvionita Sari, D. A., & A. (2022). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 108–115.
- Harahap, R. (2022). *Pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara*. UIN Syahada Padangsidimpuan.
- Hikmah, W. R., & A. J. (2024). Perspektif kepuasan pelanggan PT Arrazi Ghirah Medika: Peran fundamental kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam mewujudkannya. *Jurnal Ekonomi USI*, 42–54.
- Khalid, T. M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Al-Hisbah*, 1–15.

- Maharani, H. E. (2024). *Pengaruh lokasi, harga, dan tata letak toko terhadap kepuasan konsumen pada Toko Grosir Satu Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk*. UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- Mardalis, A. (2025). *Meraih loyalitas pelanggan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Marissa, N. R. (2019). Pengaruh lokasi toko dan *store atmosphere* terhadap loyalitas dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pada Giant Ekspres Dinoyo-Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 14–24.
- Medytarisa, A. M. (2023). *Pengaruh lokasi, harga, kelengkapan produk, dan tata letak toko terhadap kepuasan konsumen pada Toko Grosir Wijaya di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk*. UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- Nizamuddin Kamil, R., & R. (2018). Hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan jasa Go-Jek Banjarbaru. *Jurnal Kognisia*, 1–7.
- Pangesti, E. N., & R. S. (2024). Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul. *Cakrawangsa Bisnis*, 17–26.
- Putranto, A. T. (2019). Pengaruh kualitas layanan, penetapan harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan *convenience store* 7-Eleven. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 2(1), 1–17.
- Rolyesh Situmorang, I., & A. A. (2022). Pengaruh promosi penjualan dan lokasi produk terhadap kepuasan konsumen produk Chicken Nugget So Good Food di Transmart Gatot Subroto Medan. *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik*, 30–36.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan: *Literature review* manajemen pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 104–114.
- Srisusilawati, P., & B. J. (2023). *Loyalitas pelanggan*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Wardhana, A. (2024). *Consumer behavior in the digital era 4.0* (Edisi Indonesia). Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Yusra, Y. (2022). SYNC Asia Tenggara: Kepuasan konsumen terhadap pengalaman belanja online menurun. *DailySocial.id*.