



## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KEDAI SAMBAL BAKAR RAI RAKA DI BANDUNG

Sultan Raafly Rama Putra<sup>1</sup>, Ani Surtiani<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas  
Wanita Internasional, Bandung, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Bandung, Indonesia  
[sraafly@gmail.com](mailto:sraafly@gmail.com)<sup>1</sup>[anisurtiani@iwu.ac.id](mailto:anisurtiani@iwu.ac.id)<sup>2</sup>

***Abstract** This study aims to analyze the effect of service quality and location on customer satisfaction at Kedai Sambal Bakar Rai Raka in Bandung. The study uses a quantitative approach with an associative method. The study population is all customers of Kedai Sambal Bakar Rai Raka with an accidental sampling technique of 93 respondents. Data collection was conducted through questionnaires, while data analysis used multiple linear regression with the help of the SPSS program. The results of the study indicate that service quality and location have a positive and significant effect on customer satisfaction.*

***Keywords:** service quality, location, customer satisfaction, culinary business.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Sambal Bakar Rai Raka di Bandung. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Kedai Sambal Bakar Rai Raka dengan teknik pengambilan sampel accidental sampling sebanyak 93 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan; lokasi; kepuasan pelanggan.

### 1. LATAR BELAKANG

Perkembangan sektor jasa dan ritel di Kota Bandung menunjukkan dinamika persaingan yang semakin ketat seiring meningkatnya mobilitas masyarakat dan perubahan pola konsumsi. Sebagai kota yang berperan sebagai pusat kegiatan ekonomi, pariwisata, dan pendidikan, Bandung memiliki tingkat pertumbuhan usaha kecil dan menengah, khususnya pada sektor kuliner, yang cukup tinggi. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan kebutuhan konsumen yang semakin menuntut kualitas layanan dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Konteks persaingan usaha yang semakin kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam menentukan keberlangsungan dan daya saing suatu bisnis. Pelanggan yang merasa puas cenderung menunjukkan perilaku positif, seperti melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan usaha kepada pihak lain. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk memberikan nilai tambah tidak hanya melalui kualitas produk, tetapi juga

melalui kualitas pelayanan dan pemilihan lokasi usaha yang tepat.

Fenomena tersebut juga terjadi pada Kedai Sambal Bakar Rai Raka di Kota Bandung, yaitu salah satu usaha kuliner lokal yang sedang berkembang. Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, seperti waktu tunggu yang relatif lama pada jam sibuk, ketidaktepatan pesanan, serta perbedaan tingkat keramahan karyawan antar shift.

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Kepuasan Pelanggan Kedai Sambal Bakar Rai Raka di Bandung. Hasil penelitian ini Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperkaya kajian ilmiah di bidang Administrasi Bisnis, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, lokasi usaha, dan kepuasan pelanggan pada sektor kuliner.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Memahami konsep administrasi bisnis memiliki peran penting, terutama karena dunia bisnis mengalami kemajuan yang sangat cepat saat ini dan di waktu yang akan datang. Salah satu kunci untuk mencapai keunggulan dalam persaingan bisnis bergantung pada pengembangan sistem administrasi yang efektif, yang mampu menangani berbagai masalah di bidang bisnis.

Menurut Y. Wayong dalam Apitani dkk (2024 hlm. 569-575), Administrasi Bisnis yakni keseluruhan kegiatan mulai dari produksi barang dan jasa sampai tibanya barang dan jasa tersebut di tangan konsumen

Administrasi Bisnis adalah sebuah upaya untuk mengelolah atau mengerjakan suatu pekerjaan yang dilakukan bersama-sama untuk mencapai tujuan tertentu, dan bisnis adalah upaya mendapatkan keuntungan dnegan sebanyak-banyaknya dengan modal yang paling minim.

Maka administrasi bisnis adalah upaya yang dilakukan mengelolah sesuatu dengan modal yang paling minim dilaukan dengan bersama-sama untuk mendapatkan kentungan sebanyak- banyaknya.

Menurut Kotler dan Keller (2022 hlm. 139–145), manajemen pemasaran merupakan suatu proses yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan

terhadap seluruh aktivitas pemasaran dengan tujuan untuk mencapai sasaran organisasi secara efektif dan efisien.

Kualitas pelayanan merupakan konstruks teoritis sentral dalam studi jasa yang mengacu pada persepsi pelanggan terhdap kesesuaian antara layanan yang diterima dengan apa yang diharapkan. Teori *expectation–disconfirmation* menjelaskan bahwa kepuasan terbentuk ketika persepsi kinerja layanan memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan; sebaliknya *disconfirmation* negatif menurunkan kepuasan.

Lokasi merupakan salah satu elemen strategis dalam kegiatan bisnis yang mencakup area atau tempat di mana suatu usaha beroperasi dan menjalankan aktivitas produksinya. Pemilihan lokasi usaha menjadi keputusan penting yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan dan keberlanjutan suatu bisnis. Lokasi yang tepat dapat menentukan tingkat aksesibilitas pelanggan, efisiensi biaya operasional, tingkat visibilitas usaha, serta peluang pengembangan di masa mendatang.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah pelanggan membandingkan kinerja produk atau layanan yang dirasakan dengan harapan mereka sebelumnya. Konsep ini umumnya dirumuskan dalam kerangka *expectation–disconfirmation*, yang menyatakan bahwa kepuasan muncul apabila kinerja melebihi atau memenuhi harapan (*positive/confirmation*), dan ketidakpuasan muncul apabila kinerja di bawah harapan (*disconfirmation*). Selain aspek kognitif-evaluatif tersebut, penelitian terkini (termasuk pada konteks e-service) juga menekankan dimensi emosional dan pengalaman penggunaan (mis. kemudahan, keandalan, keamanan) sebagai penentu penting kepuasan pelanggan.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini, Pendekatan yang dapat digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel bebas (kualitas pelayanan dan lokasi) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) secara statistik.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang telah melakukan pembelian di Kedai Sambal Bakar Rai Raka selama periode enam bulan terakhir, yaitu

dari Mei hingga Oktober 2025. Berdasarkan data pencatatan transaksi pelanggan dalam kurun waktu tersebut, jumlah total rata rata populasi yang tercatat adalah sebanyak 1400 orang.

Sampel terdiri atas sebagian pelanggan Kedai Sambal Bakar Rai Raka yang memenuhi kriteria penelitian yang telah ditetapkan. Dihitung dengan Rumus Slovin dengan margin eror 10%. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 93 orang.

Kuesioner (Angket) adalah teknik yang paling efisien untuk mengumpulkan data bila peneliti sudah tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden, yaitu dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan kuesioner digunakan untuk memperoleh data dari variabel X dan Y, yaitu mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Kedai Sambal Bakar Rai Raka

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan jumlah indikator penelitian dan kebutuhan analisis statistik. Jumlah sampel sebanyak 93 responden dinilai telah memenuhi ketentuan minimal untuk analisis regresi linier berganda, di mana jumlah sampel disarankan minimal lima hingga sepuluh kali jumlah indikator penelitian. Selain itu, jumlah sampel tersebut juga mempertimbangkan keterbatasan waktu dan akses responden, namun tetap mampu memberikan hasil analisis yang valid dan reliabel.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilaksanakan pada pelanggan Kedai Sambal Bakar Rai Raka yang berlokasi di di Jl. Gelap Nyawang No.2 Kota Bandung. Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei menggunakan kuesioner atau wawancara dengan skala Likert lima poin. Penyebaran kuesioner dilakukan selama periode Mei 2025 hingga Oktober 2025.

##### **A. Uji Instrumen**

###### **1) Uji Validitas**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN KEDAI SAMBAL BAKAR RAI RAKA DI BANDUNG**

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0,728	0,1698	Valid
X1.2	0,762	0,1698	Valid
X1.3	0,731	0,1698	Valid
X1.4	0,763	0,1698	Valid
X1.5	0,760	0,1698	Valid
X1.6	0,775	0,1698	Valid
X1.7	0,765	0,1698	Valid
X1.8	0,772	0,1698	Valid
X1.9	0,770	0,1698	Valid
X1.10	0,791	0,1698	Valid
X1.11	0,794	0,1698	Valid
X1.12	0,769	0,1698	Valid
X1.13	0,798	0,1698	Valid
X1.14	0,792	0,1698	Valid
X1.15	0,728	0,1698	Valid

Sumber: Dari data kuesioner yang diolah SPSS25,2026

Bedasarkan tabel diatas, hasil pengujian validitas Kualitas Pelayanan (X1) menunjukkan r-hitung lebih besar daripada r-tabel 0,1698 sehingga seluruh pernyataan kuesioner dinyatakan **valid**.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Lokasi

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0,794	0,1698	Valid
X1.2	0,761	0,1698	Valid
X1.3	0,715	0,1698	Valid
X1.4	0,773	0,1698	Valid
X1.5	0,732	0,1698	Valid
X1.6	0,751	0,1698	Valid
X1.7	0,771	0,1698	Valid
X1.8	0,747	0,1698	Valid
X1.9	0,720	0,1698	Valid
x1.10	0,782	0,1698	Valid

Sumber: Dari data kuesioner yang diolah SPSS25,2026

Bedasarkan tabel diatas, hasil pengujian validitas Lokasi (X2) menunjukkan r-hitung lebih besar daripada r-tabel 0,1698 sehingga seluruh pernyataan kuesioner dinyatakan **valid**.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0,748	0,1698	Valid
X1.2	0,729	0,1698	Valid
X1.3	0,703	0,1698	Valid
X1.4	0,743	0,1698	Valid
X1.5	0,733	0,1698	Valid
X1.6	0,729	0,1698	Valid
X1.7	0,724	0,1698	Valid
X1.8	0,713	0,1698	Valid
X1.9	0,781	0,1698	Valid
x1.10	0,735	0,1698	Valid

Sumber: Dari data kuesioner yang diolah SPSS25,2026

Bedasarkan tabel diatas, hasil pengujian validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

menunjukkan r-hitung lebih besar daripada r-tabel 0,1698 sehingga seluruh pernyataan kuesioner dinyatakan **valid**.

2) Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach alpha	Batas Bawah Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,950	0,60	Reliabel
2	Lokasi (X2)	0,915	0,60	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,905	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan tabel diatas semua item pernyataan dari keseluruhan variabel memiliki nilai cronbach alpha  $> 0,60$ , maka semua item pernyataan kuesioner dapat dinyatakan reliabel.

**B. Uji Asumsi Klasik**

1) Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
Normal Parameters	Mean	0,000
	Std. Deviation	3,36069196
Test Statistic		0,066
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Sumber : Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai sig. sebesar 0,200 yang dimana  $> 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas 2,161

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

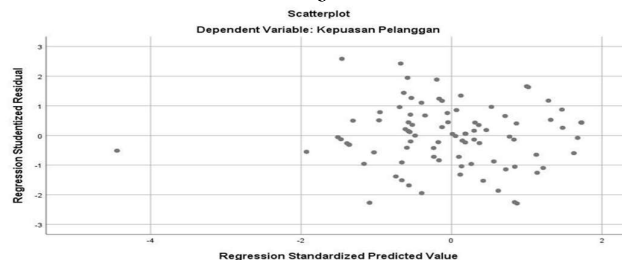
No	Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,463	2,161	Tidak terjadi multikolinearitas
2	Lokasi (X2)	0,463	2,161	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah oleh peneliti,2026

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai VIF variabel Humble Leadership ( $x_1$ ) sebesar 2,161, variabel dan Profesionalisme( $x_2$ ) sebesar 2,161. Nilai tersebut  $< 10$  yang artinya bahwa variable Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terbebas dari multikoliearitas.

### 3) Uji Heterokedastisitas

Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Dari data kuesioner yang diolah SPSS25,2026

Sumber:Data diolah peneliti, 2026

Dapat disimpulkan pada *Scatter Plot* titik data menyebar diatas dan dibawah garis angka nol dan pola tersebut acak dan tidak membentuk pola tertentu, maka dengan demikian tidak terjadi Heteroskedastisitas dalam model regresi.

## C. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.783	2.155		2.219	0.029
	Kualitas Pelayanan	0.283	0.051	0.443	5.605	0.000
	Lokasi	0.450	0.074	0.481	6.094	0.000

Sumber: Dari data kuesioner yang diolah SPSS25,2026

Berdasarkan hasil tabel 4.14 hasil uji analisis linear berganda dapat diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 4.783 + 0.283X_1 + 0.450X_2$$

Nilai konstanta yaitu sebesar 8.626 dan bernilai positif, artinya jika semua variabel yaitu Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) dalam penelitian ini bernilai 0 atau konstan, maka variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) bernilai 4.783 satuan.

1. Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) yaitu sebesar 0.283 dan bernilai positif, artinya jika variabel  $X_1$  mengalami kenaikan satu satuan maka variabel  $Y$  yaitu Keputusan Pembelian akan mengalami kenaikan 0.283 satuan.
2. Nilai koefisien regresi Lokasi ( $X_2$ ) yaitu sebesar 0,450 dan bernilai positif, artinya jika variabel  $X_2$  mengalami kenaikan satu satuan maka variabel  $Y$  yaitu Keputusan Pembelian akan mengalami kenaikan 0,450 satuan

#### **D. Uji Hipotesis**

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 4. 19 Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.783	2.155		2.219	0.029
	Kualitas Pelayanan	.283	.051	.443	5.605	0.000
	Lokasi	.450	.074	.481	6.094	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Dari data kuesioner yang diolah SPSS25,2026

Berdasarkan data diatas dapat dijelaskan secara parsial pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Hasil pengujian variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Nilai t-hitung pada Kualitas Pelayanan sebesar  $5.605 > 1.662$  dan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.10$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Hasil pengujian variabel Lokasi ( $X_2$ ) Nilai t-hitung pada Lokasi sebesar  $6.094 > 1.662$  dan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.10$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, yang berarti Lokasi juga berpengaruh secara signifikan

terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Maka hasil pengujian variabel Kualitas Pelayanan (X1) 5.605 dan Lokasi (X2) 6.094 thitung > ttabel 1.662 dan nilai signifikansi < 0.10, sehingga dapat di simpulkan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima yang berarti Kualitas Pelanggan dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 4. 20 Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.959.725	2	1.479.862	128.180	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1.039.071	90	11.545		
	Total	3.998.796	92			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan						

Sumber: Dari data kuesioner yang diolah SPSS25,2026

Berdasarkan tabel hasil perhitungan uji F (ANOVA) adalah sebagai berikut: Jumlah sampel (n) = 93 jumlah variabel independen (k) = 2, sehingga diperoleh derajat kebebasan untuk residual (df<sub>2</sub>=) sebesar  $n - k - 1 = 93 - 2 - 1 = 90$ , dan derajat kebebasan regresi (df<sub>1</sub>=) sebesar k = 2. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 10% ( $\alpha = 0,10$ ), maka nilai F-tabel (df<sub>1</sub> = 2; df<sub>2</sub> = 90) dapat dicari dalam tabel distribusi F, dan diperoleh nilai F-tabel  $\approx 2,36$ .

Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Secara Simultan

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.860 <sup>a</sup>	0.740	0.734	339.783
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Sumber: Dari data kuesioner yang diolah SPSS25,2026

Didapat nilai Koefisien Determinasi sebesar 74% atau nilai R square 0,740 yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) memberikan pengaruh

simultan secara bersama sama terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 74% sedangkan sisanya sebesar 26% Kepuasan Pelanggan dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **E. Pembahasan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kedai Sambal Bakar Rai Raka di Bandung. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, seperti kecepatan pelayanan, ketepatan pesanan, keramahan karyawan, serta kenyamanan fasilitas, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa bahwa harapannya terpenuhi ketika pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi ekspektasi.

Selanjutnya, hasil analisis juga menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lokasi yang tercermin dari kemudahan akses, visibilitas, lingkungan sekitar yang nyaman, serta ketersediaan fasilitas pendukung seperti area parkir terbukti menjadi faktor yang memengaruhi kenyamanan pelanggan saat berkunjung. Semakin strategis dan mudah dijangkau lokasi kedai, maka semakin besar pula kemungkinan pelanggan merasa puas.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Kedai Sambal Bakar Rai Raka di Bandung. Persamaan regresi yang diperoleh adalah  $Y = 4,783 + 0,283X_1 + 0,450X_2$ , yang menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh lebih dominan dengan koefisien 0,450 dibandingkan kualitas pelayanan dengan koefisien 0,283. Dengan demikian, pihak kedai perlu menjaga konsistensi kualitas pelayanan sekaligus memperbaiki aspek lokasi, khususnya kenyamanan akses dan fasilitas parkir, agar kepuasan pelanggan semakin meningkat dan mendorong loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

### **3. KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Kedai Sambal Bakar Rai Raka Bandung berada dalam kategori baik. Hal ini terlihat dari penilaian responden terhadap aspek kecepatan pelayanan, ketepatan pesanan, keramahan karyawan, serta kenyamanan fasilitas yang memperoleh tanggapan positif. Demikian pula, variabel lokasi

dinilai strategis karena mudah diakses, memiliki visibilitas yang jelas, serta didukung area parkir dan lingkungan yang nyaman. Tingkat kepuasan pelanggan juga berada pada kategori tinggi, yang tercermin dari perasaan puas setelah berkunjung, keinginan untuk kembali, serta kesediaan merekomendasikan kedai kepada orang lain.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan. Pada kualitas pelayanan, kecepatan dan konsistensi pelayanan, terutama saat jam ramai, perlu diperbaiki melalui penambahan tenaga kerja, pelatihan, dan optimalisasi sistem kerja. Pada aspek lokasi, perbaikan fasilitas pendukung seperti area parkir dan akses masuk diperlukan untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan. Selain itu, untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, pengelola perlu menjaga kualitas pelayanan secara berkelanjutan, memperhatikan kebersihan dan suasana, serta meningkatkan interaksi positif dengan pelanggan agar mendorong kunjungan ulang dan rekomendasi.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bahwa kualitas pelayanan dan lokasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Kedai Sambal Bakar Rai Raka di Bandung. Oleh karena itu, pengelola kedai perlu mengelola pelayanan secara profesional sekaligus memperhatikan kenyamanan lokasi dan fasilitas pendukung agar pengalaman pelanggan semakin baik.

## **DAFTAR REFERENSI**

### **Artikel Jurnal**

- Afrianty, D. (2023). Dinamika kewirausahaan perempuan di Indonesia. *Jurnal Sosial & Gender*, 9(1). <https://doi.org/10.31219/osf.io/>
- Audini, L., Pratiwi, A., & Hartono, B. (2023). Pengaruh lokasi usaha terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 8(2), 55–67. <https://doi.org/10.31002/bk.v8i2>
- Hidayat, R. (2023). Strategi pemasaran berbasis gender pada UMKM perempuan sektor kuliner. *Jurnal Kewirausahaan*, 11(2). <https://doi.org/10.21009/jk.v11i2>
- Mumtaza, N., & Rahmawati, S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang di Makassar. *Jurnal Logistik Indonesia*, 7(1), 31–42. <https://doi.org/10.31219/osf.io/>
- Putra, M., & Sobari, D. (2024). Kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada kedai kopi di Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 22–35. <https://doi.org/10.46806/jab.v5i1>

- Rinarta, S. (2024). Pengaruh gender dan lokasi usaha terhadap omzet bisnis di Surabaya. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 15(1). <https://doi.org/10.21009/jeb.v15i1>
- Safitri, D. (2024). Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan pada toko ritel di Denpasar. *Jurnal Ritel & Konsumen*, 4(1). <https://doi.org/10.31002/jrk.v4i1>
- Sutarjo, T., Utami, S., & Ristanto, A. (2024). Pengaruh kualitas layanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan restoran keluarga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(6), 2747–2758. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i6.3019>
- Wibisono, A., & Dewi, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kafe di Bandung. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 145–156. <https://doi.org/10.31219/osf.io/>
- Zuhron, M., Fadhilah, N., & Maulana, R. (2024). Pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan UMKM kuliner. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(2). <https://doi.org/10.22219/jamanika.v4i2.33654>

### **Buku Teks**

- Adji, M. R., dkk. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Apriyani, T., dkk. (2024). *Administrasi bisnis*. RajaGrafindo.
- Astika, R. (2021). *Statistika terapan untuk penelitian*. Kencana.
- Che Mat, dkk. (2022). *Gender and entrepreneurship theory*. Springer.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate*. Universitas Diponegoro.
- Hanan, A. (2020). *Manajemen pemasaran modern*. Prenada.
- Ismanto. (2020). *Marketing mix theory*. Alfabeta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., dkk. (2021). *Principles of marketing*. Pearson.
- Muliani, R., & Triputro, R. W. (2023). *Kualitas pelayanan jasa*. Unpad Press.
- Naz, S., & Muhammad, A. (2021). *Middle range theory in management*. Sage.
- Noor, dkk. (2023). *Service quality: The SERVQUAL model*. Salemba Empat.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2023). *SERVQUAL: Service quality framework*. McGraw-Hill.
- Priyatno, D. (2022). *Analisis statistik dengan SPSS*. Andi.
- Riadi, M. (2020). *Lokasi bisnis strategis*. Deepublish.
- Ritzer, G. (2020). *Sociology theories*. McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutisna, I. (2020). *Konsep dasar penelitian kuantitatif*. Kencana.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran (4th ed.)*. Andi.