

Analisis Fasilitas, Kepercayaan Dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pojok Kuliner UMKM di Bandara Kualanamu

Rini Andriani^{1✉}, Annisa Febrina²

Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Panca Budi

Abstrak

Penelitian ini dilakukan pada Pojok Kuliner UMKM Bandara Kualanamu dengan tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh fasilitas, kepercayaan dan lokasi usaha terhadap kepuasan konsumen. Populasi adalah konsumen yang datang berkunjung dan mengkonsumsi kuliner di Pojok Kuliner dengan rata-rata per bulan sebanyak 980 konsumen yang datang mengunjungi 10 stand UMKM yang ada di Bandara Kualanamu, sehingga tiap stan terdapat sekitar 98 konsumen yang datang per bulannya, pengambilan sampel dilakukan secara acak dengan rumus Slovin sehingga jumlah sampel yang digunakan sebanyak 91 responden. Jenis data digunakan yaitu data primer dan sumber data digunakan yaitu data sekunder, teknik pengumpulan data menggunakan studi pustaka, survei dan observasi. Teknik analisis data yaitu regresi linear berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian bahwa fasilitas, kepercayaan dan lokasi usaha secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pojok Kuliner UMKM Bandara Kualanamu. Terdapat korelasi yang cukup antara fasilitas, kepercayaan dan lokasi usaha dengan kepuasan konsumen. Nilai $R^2 = 0,304$ artinya kepuasan konsumen di Pojok Kuliner UMKM dapat dijelaskan oleh fasilitas, kepercayaan dan lokasi usaha sebesar 30,4% dan sisanya 69,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: *Fasilitas, Kepercayaan, Lokasi Usaha, Kepuasan Konsumen*

Abstract

This research was conducted at the UMKM Culinary Corner of Kualanamu Airport with the aim of the research to determine the effect of facilities, trust and business location on consumer satisfaction. The population is consumers who come to visit and consume culinary at the Culinary Corner with an average of 980 consumers per month who visit 10 UMKM stands at Kualanamu Airport, so that each stand has around 98 consumers who come per month, sampling is done randomly with the Slovin formula so that the number of samples used is 91 respondents. The type of data used is primary data and the data source used is secondary data, data collection techniques using literature studies, surveys and observations. Data analysis techniques are multiple linear regression, classical assumption tests and hypothesis tests. The results of the study show that facilities, trust and business location partially and simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction at the UMKM Culinary Corner of Kualanamu Airport. There is a sufficient correlation between facilities, trust and business location with consumer satisfaction. The R^2 value = 0.304 means that consumer satisfaction at the UMKM Culinary Corner can be explained by facilities, trust and business location by 30.4% and the remaining 69.6% can be explained by other variables that were not studied.

Keywords: *Facilities, Trust, Business Location, Consumer Satisfaction.*

✉ Corresponding author :

Email Address : rinniandriani196@gmail.com

PENDAHULUAN

Persaingan usaha bagi para pemilik UMKM di kota Medan saat ini semakin ketat dan kompetitif sehingga banyak para pemilik usaha berusaha untuk melakukan berbagai terobosan dan strategi pemasaran dalam memasarkan produknya agar dapat diterima dengan baik oleh pasar dan mendapatkan respon positif dari konsumen untuk membeli produk tersebut. Oleh sebab itu, agar kegiatan usaha yang dijalankan dapat berjalan lancar dan kelangsungan usaha tetap dapat dicapai dengan baik maka pemilik usaha akan selalu berusaha untuk melakukan pembaharuan dalam manajemen pemasaran produk baik untuk jangka pendek dan jangka panjang dengan mengikuti perkembangan pasar dan situasi yang berubah dengan cepat dari waktu ke waktu.

Disisi lain, kegiatan usaha yang dilakukan oleh para pelaku usaha UMKM ini menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat sehingga dapat menggerakkan roda perekonomian masyarakat dan menciptakan aktivitas bisnis semakin hidup dan berkembang di tengah kehidupan masyarakat milenial saat ini. Dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi berkembang dengan cepat dan pesat maka pemilik usaha juga perlu mengetahui dan mengikuti perubahan tersebut terkait dengan kegiatan usaha yang dilakukan sehingga tidak terjadi ketinggalan informasi yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan strategis menyangkut kelangsungan perusahaan.

Upaya yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha UMKM ini di tengah persaingan usaha ini adalah berusaha dan berupaya untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang dan berubah dari waktu ke waktu. Menurut Ramadhan, dkk (2024), dapat disampaikan bahwa kepuasan konsumen yang merasa puas pada produk atau jasa yang dibeli akan kembali menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan. Dengan kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen maka konsumen akan merasa dirinya diperhatikan dan kepuasan yang diharapkan oleh konsumen dapat dipenuhi oleh perusahaan sehingga dirinya tidak perlu lagi pindah atau mencari perusahaan lain dalam memenuhi kebutuhannya.

Lazimnya terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dalam diri seorang konsumen, diantaranya fasilitas yang disediakan, kepercayaan dalam diri konsumen dan lokasi usaha. Menurut Harmen, dkk (2024), menjelaskan bahwa fasilitas adalah segala bentuk sumber daya fisik, infrastruktur, atau pelayanan yang disediakan untuk mendukung aktivitas atau kegiatan tertentu. Dalam berbagai konteks, konsep fasilitas dapat mencakup berbagai hal, mulai dari bangunan dan ruang fisik, peralatan, layanan pendukung, hingga aksesibilitas dan kemudahan penggunaan. Dengan dukungan fasilitas yang mendukung dan memadai bagi kepentingan konsumen, maka secara otomatis konsumen akan merasa senang dan puas kepada perusahaan selama dirinya menggunakan produk ditawarkan oleh perusahaan.

Kepuasan seorang konsumen dapat dilihat dari sampai sejauh mana rasa kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen pada perusahaan. Menurut Ambarita dan Siagian (2024), menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen merupakan kondisi ketika pelanggan bersedia menerima kerentanan dalam transaksi online berdasarkan ekspektasi positif tentang tindakan di masa depan. Semakin tinggi rasa percaya konsumen pada perusahaan, maka semakin besar rasa kepuasan yang diperoleh oleh konsumen selama dirinya menggunakan produk dan jasa yang disediakan oleh perusahaan. Oleh sebab itu, rasa kepercayaan ini yang telah tumbuh dalam diri konsumen kepada perusahaan harus benar-benar dijaga dan dipertahankan dengan optimal dengan keseriusan dan kepedulian dari seluruh karyawan dan manajemen perusahaan yang berkomitmen untuk menjaga kepercayaan konsumen yang berkesinambungan dari waktu ke waktu.

Sementara itu, selain fasilitas dan kepercayaan juga terdapat faktor lokasi usaha yang digunakan oleh perusahaan untuk memasarkan produknya pada konsumen. Menurut Ramadhan, dkk (2024) menjelaskan bahwa lokasi merupakan suatu yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, karena dengan lokasi yang bagus akan mempermudah konsumen dalam menganalisa kebutuhan akan produk. Perusahaan yang menggunakan lokasi usaha yang strategis, mudah diakses dan dicapai oleh konsumen maka hal ini akan memberikan rasa senang dan nyaman dalam diri konsumen untuk membeli dan menggunakan produk perusahaan sehingga dampak positif konsumen akan mendapatkan kepuasan karena lokasi tersebut membuat konsumen mudah dan praktis untuk mencapainya sesuai dengan harapan dan kebutuhannya.

Penelitian ini dilakukan pada Pojok Kuliner UMKM di Bandara Kualanamu yang merupakan salah satu UMKM di kota Medan yang menyediakan aneka kuliner yang dapat dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen dalam memenuhi kebutuhannya yang terus berubah dan meningkat dari waktu ke waktu. Namun demikian dari informasi yang diperoleh dan pengamatan yang dilakukan dapat disampaikan bahwa masih terdapat sejumlah konsumen yang tidak memperoleh kepuasan dari konsumen ketika datang berkunjung dan mengonsumsi hidangan kuliner dari UMKM tersebut. Guna memperlancar penelitian yang dilakukan, maka penulis melakukan survei pendahuluan mengenai masalah yang sedang diteliti menyangkut kepuasan konsumen dapat disajikan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil pra-survei kepuasan konsumen pada konsumen Pojok Kuliner UMKM di Bandara Kualanamu, sebagian besar konsumen memberikan jawaban “tidak” dengan kisaran persentase antara 56,67% - 66,67%. Hal ini menandakan bahwa masih ada sebagian besar konsumen yang tidak mendapatkan kepuasan dari UMKM Pojok Kuliner dikarenakan konsumen tidak mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan. Akibat kondisi ini konsumen merasa tidak nyaman ketika menikmati hidangan kuliner yang diberikan oleh Pojok Kuliner sehingga membuat konsumen kurang berminat untuk datang kembali mengonsumsi kuliner di masa mendatang dan tidak ada keinginan untuk merekomendasi pada rekan, kerabat dan kolega.

Selain itu, hasil pra-survei fasilitas pada konsumen Pojok Kuliner UMKM di Bandara Kualanamu, bahwa sebagian besar konsumen memberikan jawaban “tidak” dengan kisaran persentase antara 56,67% - 66,67%. Hal ini menandakan bahwa fasilitas yang disediakan oleh UMKM Pojok Kuliner masih belum memadai dan mencukupi sesuai apa yang diharapkan oleh konsumen. Dengan keterbatasan fasilitas yang ada maka membuat sebagian konsumen menjadi tidak puas pada UMKM tersebut sehingga hal ini membuat konsumen dalam menggunakan fasilitas yang ada menjadi kurang optimal. Akibat kondisi ini membuat konsumen merasa tidak nyaman untuk kedepannya menggunakan fasilitas yang ada.

Didapat juga hasil pra-survei kepercayaan konsumen pada konsumen Pojok Kuliner UMKM di Bandara Kualanamu, menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen memberikan jawaban “tidak” dengan kisaran persentase antara 56,67% - 66,67%. Hal ini menandakan bahwa kepercayaan konsumen pada UMKM masih belum maksimal sehingga hal ini membuat sebagian konsumen merasa tidak puas dengan integritas yang ditunjukkan oleh karyawan ketika melayani konsumen. Di sisi lain, konsumen merasakan bahwa kompetensi karyawan ketika melakukan tugasnya masih belum optimal dimana ini membuat beberapa konsumen merasa kecewa ketika mengalami masalah dalam membeli kuliner di UMKM tersebut.

Adapun yang terakhir hasil pra-survei lokasi usaha pada konsumen Pojok Kuliner UMKM di Bandara Kualanamu, diperoleh sebagian besar konsumen memberikan jawaban “tidak” dengan kisaran persentase antara 56,67% - 66,67%. Hal ini menandakan bahwa lokasi usaha bagi sebagian konsumen masih belum begitu strategis. Kondisi ini disebabkan karena lokasi cukup jauh dari tempat tinggal konsumen dan membutuhkan waktu cukup lama untuk sampai ke lokasi tersebut dan tidak mudah bagi sebagian konsumen mendapatkan parkir yang diinginkan. Selain itu, tempat UMKM tersebut tidak mudah bagi konsumen untuk

mencari ketika sudah berada di lokasi usaha sehingga membuat beberapa konsumen merasa kebingungan untuk mencari UMKM tersebut dengan tujuan untuk dengan cepat dapat mengkonsumsi hidangan kuliner yang diinginkan.

Dari latar belakang di atas maka penelitian ini memiliki tujuan yakni ingin mengetahui bagaimana analisis fasilitas, kepercayaan, dan lokasi usaha terhadap kepuasan konsumen pada pojok kuliner UMKM di Bandara Kualanamu secara parsial dan simultan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk membuktikan dan menemukan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri dari fasilitas, kepercayaan, dan lokasi usaha, sementara variabel dependen adalah kepuasan konsumen. Populasi penelitian adalah konsumen yang mengunjungi Pojok Kuliner di Bandara Kualanamu, dengan jumlah rata-rata 980 konsumen per bulan. Sampel penelitian diambil menggunakan metode random sampling dengan rumus Slovin, sehingga diperoleh 91 responden yang dijadikan sampel penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi studi kepustakaan, survei, dan observasi. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai literatur, buku, dan jurnal ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Survei dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada konsumen yang berkunjung ke Pojok Kuliner, sementara observasi dilakukan dengan mengamati langsung aktivitas dan kondisi di lokasi penelitian. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan berbagai teknik, dimulai dengan uji kualitas data yang mencakup uji validitas dan reliabilitas menggunakan metode Corrected-Item Total Correlation dan Cronbach's Alpha.

Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov Test), uji multikolinearitas (Tolerance dan VIF), serta uji heteroskedastisitas (metode Glejser). Teknik analisis data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan perangkat lunak SPSS 25.0, untuk mengetahui sejauh mana pengaruh fasilitas, kepercayaan, dan lokasi usaha terhadap kepuasan konsumen. Dengan metode ini, penelitian dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pojok Kuliner Bandara Kualanamu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum menguji hipotesis penelitian, dilakukan pengujian instrumen kuesioner dengan uji validitas dan reliabilitas. Setelah itu, data dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, seperti uji normalitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh data kuesioner valid dan reliabel, serta memenuhi asumsi klasik, yaitu berdistribusi normal, tidak mengalami autokorelasi, dan data tersebar dengan baik. Setelahnya, data dianalisis lebih lanjut dengan uji hipotesis.

1. Uji Kualitas Data a. Uji Validitas Data

Menurut Priyatno (2019), uji validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur pada kuesioner tersebut. Nilai koefisien $r_{hitung} > r_{tabel}$, disimpulkan tiap item kuesioner dinyatakan **valid**.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Pada Setiap Variabel

Variabel	Item/Code	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Fasilitas	Fasilitas_1	0,815	0,203	VALID
	Fasilitas_2	0,630		VALID
	Fasilitas_3	0,617		VALID
	Fasilitas_4	0,421		VALID
	Fasilitas_5	0,664		VALID
	Fasilitas_6	0,365		VALID
	Fasilitas_7	0,794		VALID
	Fasilitas_8	0,653		VALID
Kepercayaan	Kepercayaan_1	0,360	0,203	VALID
	Kepercayaan_2	0,751		VALID
	Kepercayaan_3	0,599		VALID
	Kepercayaan_4	0,458		VALID
	Kepercayaan_5	0,605		VALID
	Kepercayaan_6	0,493		VALID
	Kepercayaan_7	0,598		VALID
	Kepercayaan_8	0,590		VALID
	Kepercayaan_9	0,575		VALID
	Kepercayaan_10	0,374		VALID
Lokasi usaha	Lokasi usaha_1	0,695	0,203	VALID
	Lokasi usaha_2	0,511		VALID
	Lokasi usaha_3	0,647		VALID
	Lokasi usaha_4	0,631		VALID
	Lokasi usaha_5	0,456		VALID
	Lokasi usaha_6	0,643		VALID
	Lokasi usaha_7	0,597		VALID
	Lokasi usaha_8	0,398		VALID
	Lokasi usaha_9	0,271		VALID
	Lokasi usaha_10	0,555		VALID
	Lokasi usaha_11	0,678		VALID
	Lokasi usaha_12	0,339		VALID
	Lokasi usaha_13	0,516		VALID
	Lokasi usaha_14	0,486		VALID
Kepuasan konsumen	Kepuasan Konsumen_1	0,491	0,203	VALID
	Kepuasan Konsumen_2	0,573		VALID
	Kepuasan Konsumen_3	0,399		VALID
	Kepuasan Konsumen_4	0,538		VALID
	Kepuasan Konsumen_5	0,538		VALID
	Kepuasan Konsumen_6	0,538		VALID
	Kepuasan Konsumen_7	0,295		VALID
	Kepuasan Konsumen_8	0,496		VALID

(Sumber data diolah SPSS 25.0 , 2025)

Berdasarkan tabel di atas dimana nilai validitas pernyataan untuk Fasilitas (X1), Kepercayaan (X2), Lokasi usaha (X3) dan Kepuasan konsumen (Y) seluruhnya sudah valid karena nilai Nilai koefiesien $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,203 dan bisa digunakan dalam perhitungan selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas Data

Menurut Ghozali (2019), uji realibilitas yaitu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, disimpulkan tiap variabel yang dipakai dinyatakan reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Data Pada Setiap Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai koefisien standar	Keterangan
Fasilitas	0,866	0.6	Reliabel
Kepercayaan	0,842		Reliabel
Lokasi usaha	0,870		Reliabel
Kepuasan konsumen	0,755		Reliabel

(Sumber data diolah SPSS 25.0, 2025)

Tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel fasilitas, kepercayaan, lokasi usaha dan kepuasan konsumen mempunyai nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$ sehingga disimpulkan variabel digunakan adalah reliabel. Artinya, mayoritas responden memberikan jawaban rata-rata relatif stabil dan konsisten antara keusioner yang satu dengan lainnya pada tiap variabel penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Menurut Priyatno (2019), mengemukakan bahwa uji normalitas dilakukan untuk melihat kenormalan data yang digunakan, bila data berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk mengukur kenormalan data yaitu Kolmogorov-Smirnov Test. Nilai Asym Sig 2 tailed $> 0,05$, disimpulkan nilai residual terdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Data

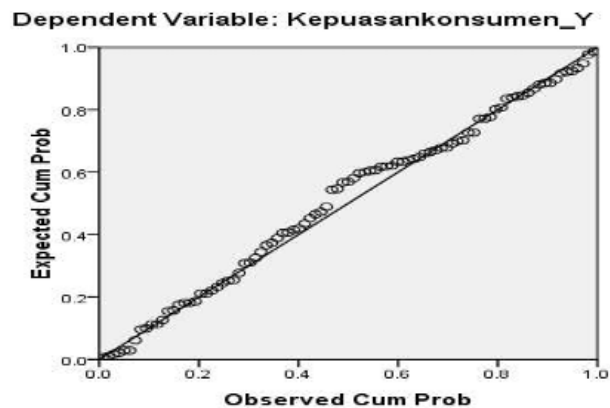
One Sample Kolmogorov Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std Deviation	2.60883353
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.039
	Negative	-.085
Kolmogorov Smirnov Z		.808
Asymp. Sig. (2-tailed)		.531

sumber: data diolah SPSS, 2025

Hasil tabel diatas menunjukkan hasil pengujian Kolmogorov Smirnov Test mempunyai nilai signifikansi (Asymp. Sig.2-tailed) yaitu 0,531 sehingga nilai signifikansi $0,531 > 0,05$ maka disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi secara normal dan memenuhi asumsi normalitas.

b. Metode Grafik P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

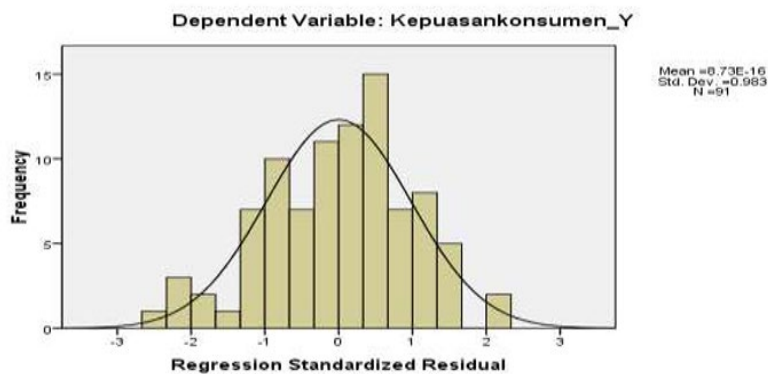


Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Metode Grafik P-Plot
(Sumber data diolah SPSS 25.0 , 2025)

Gambar di atas menunjukkan bahwa titik-titik pada model regresi tersebar secara merata dan disepanjang garis diagonal dna merapat sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

c. Metode Histogram

Histogram



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas Metode Histogram
(Sumber data diolah SPSS 25.0 , 2025)

Gambar di atas menunjukkan bahwa titik-titik pada model regresi tersebar secara merata membentuk garis melengkung pada sumbu Y sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

d. Hasil Uji Multikolinieritas Data

Menurut Priyatno (2019), berpendapat bahwa uji multikolinearitas berarti antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan angka 1). Nilai Tolerance > 0,1 dan VIF < 10, dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Coefficients</i>	
	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Fasilitas_X1	.792	1.262
Kepercayaan_X2	.795	1.259
Lokasi usaha_X3	.992	1.008

sumber: data diolah SPSS, 2025

(Sumber data diolah SPSS 25.0 , 2025)

Tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel fasilitas, kepercayaan, lokasi usaha mempunyai nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi di atas tidak terjadi gejala multikolieritas yang artinya tidak ada korelasi satu sama lain.

e. Hasil Uji Heteroskedastisitas Data

Menurut Ghozali (2019), berpendapat bahwa uji heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Nilai signifikan $> 0,05$, disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

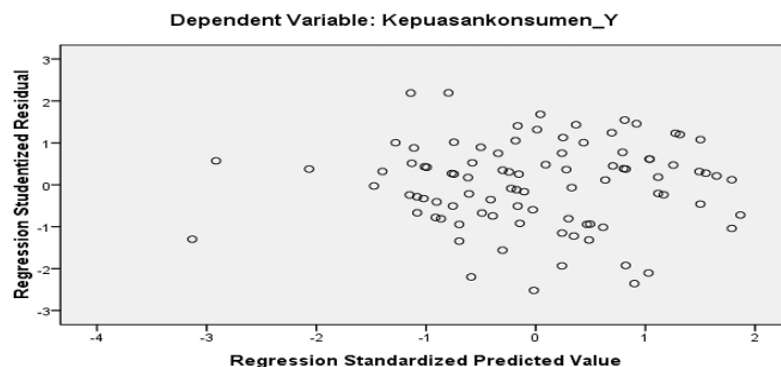
Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas Data Metode Glejser

		Coefficients ^a				
		Unstandardized		Standardized		
Model		Coefficients		Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.968	2.455		.802	.425
	Fasilitas_X1	.016	.051	.038	.320	.750
	Kepercayaan_X2	.027	.042	.076	.641	.523
	Lokasi usaha_X3	-.027	.027	-.106	-1.000	.320

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: data diolah SPSS, 2025

Tabel 5. diatas dapat disampaikan bahwa untuk variable fasilitas (nilai sig. 0,750), kepercayaan (sig. 0,523) dan lokasi usaha (sig. 0,320) sehingga variabel independen mempunyai nilai signifikan $> 0,05$, dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, artinya pada penelitian ini tidak terdapat variabel pengganggu.

**Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Data Metode Scatterplot**

(Sumber data diolah SPSS 25.0 , 2025)

Gambar 3. di atas menunjukkan bahwa titik-titik yang terdapat pada model regresi tersebut tersebar secara tidak merata di sumbu Y sehingga tidak membentuk gelombang yang jelas dan tidak teratur, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen Priyatno (2019).

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients	Std. Error	Coefficients		
1 (Constant)	10.734	4.216		2.546	.013
Fasilitas_X1	.288	.088	.331	3.291	.001
Kepercayaan_X2	.204	.072	.283	2.817	.006
Lokasi usaha_X3	.186	.047	.162	1.807	.015

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen_Y

Sumber: data diolah SPSS, 2025

Tabel 6. diatas menunjukkan hasil pengujian regresi linear berganda dengan hasil yaitu: $Y = 10,734 + 0,288 X_1 + 0,204 X_2 + 0,186 X_3$. Berikut ini penjabarannya yaitu:

1. Nilai a (kontanta) sebesar 10,734 dan bernilai positif artinya bahwa kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 10,734 dengan asumsi variabel fasilitas, kepercayaan dan lokasi usaha mempunyai nilai koefisien tetap (nol).
2. Fasilitas dengan nilai koefisien sebesar 0,288 dan bernilai positif artinya tiap kenaikan nilai satu satuan maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,288 (28,80%).
3. Kepercayaan dengan nilai koefisien sebesar 0,204 dan bernilai positif artinya tiap kenaikan nilai satu satuan maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,204 (20,40%).
4. Lokasi usaha dengan nilai koefisien sebesar 0,186 dan bernilai positif artinya tiap kenaikan nilai satu satuan maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,186 (18,60%).

b. Uji Parsial (Uji-t)

Berikut ini kriteria pengujian hipotesis secara parsial, yaitu:

1. H_0 diterima, bila nilai koefisien thitung < ttabel pada sig.thitung > 0,05; artinya secara parsial variabel fasilitas, kepercayaan dan lokasi usaha secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pojok Kuliner UMKM di Bandara Kualanamu.
2. H_a diterima, bila nilai koefisien, thitung > ttabel pada sig.thitung < 0,05; artinya secara parsial variabel fasilitas, kepercayaan dan lokasi usaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pojok Kuliner UMKM di Bandara Kualanamu.

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji-t)

		<i>Coefficients^a</i>			
		<i>Standardized</i>			
	Model	<i>Coefficients</i>	t		Sig.
		Beta			
1	(Constant)		2.546		.013
	Fasilitas_X1	.331	3.291		.001
	Kepercayaan_X2	.283	2.817		.006
	Lokasi usaha_X3	.162	1.807		.015

a. *Dependent Variable:* Kepuasan konsumen_Y

Sumber: data diolah SPSS, 2025

Pada penelitian ini jumlah sampel penelitian $n = 91$ sehingga diperoleh $t_{\text{tabel}} = 1,661$ pada sig 0,05. Dari tabel 4.14 di atas berikut ini dapat dijabarkan hasil pengujian parsial sebagai berikut:

1. Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pojok Kuliner UMKM Bandara Kualanamu (nilai thitung $> t_{\text{tabel}}$, $3,291 > 1,661$ pada sig. 0,001.
2. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pojok Kuliner UMKM Bandara Kualanamu (nilai thitung $> t_{\text{tabel}}$, $2,871 > 1,661$ pada sig. 0,006.
3. Lokasi usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pojok Kuliner UMKM Bandara Kualanamu (nilai thitung $> t_{\text{tabel}}$, $1,807 > 1,661$ pada sig. 0,015.

c. Hasil Uji Simultan (Uji-F)

Berikut ini kriteria pengujian hipotesis, yaitu:

1. Nilai koefisien Fhitung $> F_{\text{tabel}}$ pada sig. Fhitung $< 0,05$ maka H_a diterima; artinya secara statistik fasilitas, kepercayaan dan lokasi usaha secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pojok Kuliner UMKM di Bandara Kualanamu.
2. Nilai koefisien Fhitung $< F_{\text{tabel}}$ pada sig. Fhitung $> 0,05$ maka H_0 diterima; artinya secara statistik fasilitas, kepercayaan dan lokasi usaha secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pojok Kuliner UMKM di Bandara Kualanamu.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA _b						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	266.997	3	88.999	12.641	.000 ^a
	Residual	612.541	87	7.041		
	Total	879.538	90			

a. *Predictors:* (Constant), fasilitas_X1, Kepercayaan_X2, Lokasi usaha_X3

b. *Dependent Variable:* Kepuasan konsumen_Y

Sumber: data diolah SPSS, 2025

Pada penelitian ini jumlah sampel $n = 41$, dimana nilai $df (1) = k - 1 = 4 - 1 = 3$ dan nilai $df (2) = n - k = 41 - 4 = 37$ maka diperoleh $F_{tabel} = 2,71$ pada $sig. 0,05$. Sedangkan nilai $F_{hitung} = 12,641$ pada $sig. 0,004$. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas, kepercayaan dan lokasi usaha secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, $12,641 > 2,71$ pada $sig. 0,004$).

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan model regresi variabel fasilitas, kepercayaan dan lokasi usaha mampu menjelaskan kepuasan konsumen.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b						
Model	R	R^2 Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
					R square	F Change
1	.551 ^a	.304	.280	2.65343	.304	12.641

a. Predictors: (Constant), fasilitas_X1, Kepercayaan_X2, Lokasi usaha_X3

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen _Y

Sumber: data diolah SPSS, 2025

Tabel 9 menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar $R = 0,551$ artinya terdapat korelasi yang cukup antara fasilitas, kepercayaan dan lokasi usaha dengan kepuasan konsumen. Nilai $R^2 = 0,304$ artinya kepuasan konsumen di Pojok Kuliner UMKM dapat dijelaskan oleh fasilitas, kepercayaan dan lokasi usaha sebesar 30,4% dan sisanya 69,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian statistik dan pembahasan yang dikemukakan di atas, berikut ini dapat disampaikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pojok Kuliner UMKM Bandara Kualanamu (nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, $3,291 > 1,661$ pada $sig. 0,001 < 0,05$).
2. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pojok Kuliner UMKM Bandara Kualanamu (nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, $2,871 > 1,661$ pada $sig. 0,006$).
3. Lokasi usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pojok Kuliner UMKM Bandara Kualanamu (nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, $1,807 > 1,661$ pada $sig. 0,015$).
4. Fasilitas, kepercayaan dan lokasi usaha secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pojok Kuliner UMKM Bandara Kualanamu (nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, $5,381 > 2,86$ pada $sig. 0,004$).

Referensi :

- Akri, P., Edyson., dan Suyono. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di CV. Mitra Matra Mandiri Pekanbaru. LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan. Vol.1. No.1. Desember. Hal: 74-86.
- Ambarita, R., dan Siagian, M. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Keamanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Online Lazada. Economics and Digital Business Review. Volume 5. Issue 1. Hal: 435-447. ISSN: 2774-2563 (online).
- Andari, M.P., dan Mulyantomo, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Hotel Pandanaran Semarang). Majalah Ilmiah Solusi. Vol.18. No.3. Juli. Hal: 77 88. P-ISSN: 1412-5331. E-ISSN: 2716-2532.
- Anhar., Haryanti, I., dan Hamidah, N.K. (2024). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Receh Coffee. Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology. Vol . 2 .No. 3. pp: 52-58. P- ISSN: 2986-6790. e- ISSN: 2986-6782.
- Arianto, N. dan Kurniawan, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri produk Pakaian Sablon). Kompetitif: Jurnal Pemasaran. Vol.4. No.2. Februari. Hal: 254-268. ISSN (Print): 2598-0823. ISSN (Online): 2598-2893.
- Faruk, A., dan Warsitasari, W.D. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Makam Gus Dur Kabupaten Jombang. SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi dan Pendidikan. E-ISSN: 2809-8544. Vol.1. No.10. Hal: 2287-2300.
- Ghozali, Imam. (2019). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Cetakan IX. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harmen, H., Siburian, B., Pitaloka, D., Dongoran, D., dan Amelia, B. (2024). Pengaruh Fasilitas dan Layanan Komunikasi terhadap Kepuasan Mahasiswa di Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. KAMPUS AKADEMIK PUBLISING: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen. Vol.2. No.6. Juni. e-ISSN: 3025-7859. p-ISSN: 3025-7972. Hal 612-625. DOI: <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i6.1556>.
- Hendayana, Y., dan Sari, A.M.E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna JNE Express Pondok Gede. Jurnal Meediastima. Vol. 27. No. 2. Oktober. pp.153-169.

- Jayusman, H., Khotimah, S., dan Damanik, G.O.S. (2022). Pengaru Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Oikos Café Pangkalan BUN. *Magenta*, Vol. 10, No. 2, Maret 2022, Hal. 93-100.
- Mahendra, P.I., dan Fitri, M.A. (2023). Pengaruh Fasilitas, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Kusuma Putri Hijau Bengkulu Utara. *Jurnal Enterpreneur dan Manajemen Sains (JEMS)*. Vol. 4. No.2. Juli. e-ISSN: 2721-5415. Hal: 645-657.
- Maulidiah, E.P., Survival., Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas terhadap Kualitas Pelayanan serta Implikasi pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economia*. Vol.2. No.3. Maret. E-ISSN: 2963-1181.
- Milawati, N., Widuri, T., dan Mahyudi, B. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di MR. Bob Kampung Inggris Pare. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*. Volume 1. Nomor 3. Oktober. Hal 140-148. p-ISSN: 2809-1655. e-ISSN: 2809-1981.
- Narizki, R.H., dan Ardi, B.K. (2021). Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Mijen Semarang. *Artikel Dharma Ekonomi*. No.54. Th. XXVIII. Oktober. Hal: 49-58.
- Niazi, H.A., Sriyanto, A., dan Chasan, D. (2023). Pengaruh Lokasi, Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 1 No. 3. Juni. e-ISSN: 2988-5000. p-ISSN: 2988-4101. Hal 97-109.
- Ningrum, P.K., dan Suharsini, A. (2022). Determinan Pendapatan UKM di Pasar Bekonang. *JUREMI: Jurnal Riset Ekonomi*. Vol.2. No.2. September. ISSN: 2798-6489 (cetak). ISSN: 278-6535 (online). Hal: 247-260.
- Nugroho, N.T., dan Utami, I.W. (2020). Pengaruh Modal, Lokasi Usaha, dan Kondisi Tempat Bergadang Terhadap Pendapatan Pedagang (Studi Kasus pada Pasar Kartasura Kabupaten Sukoharjo). *EXCELLENT: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*. Vol.7. No.1. Hal: 69-75. ISSN: 1979 2700.
- Persada, I.N., Permatasari, D., Mulawarman., dan Amang, A. (2023). Pengaruh Komunikasi, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan CV. TV Kabel Madani Service. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)*. Vol.2. No.2. Juli. p-ISSN: 2964-8858. e-ISSN: 2963-3087. Hal: 341-352.
- Priansa, D.J. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Binis Komtemporer*. Cetakan Kesatu. Anggota IKAPI. Bandung: CV. Alfabeta.
- Priyastama R. (2020). *Buku Sakti Kuasai SPSS*. Cetakan I. Yogyakarta: Start Up.

- Priyatno, Duwi. (2019). Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS. Edisi I. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Ramadhan, W.F., Putra, S.S., dan Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Magia Coffee Fatmawati di Jakarta Selatan. MSEJ: Management Studies and Enterprenueruship Journal. Vol.4. No.6. Hal: 8988-8995.
- Setiawan, I.N., Dwiantasi, s., dan Heriawan, B. (2024). Pengaruh Fasilitas, Lokasi, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. Jurnal Edunomika. Vol.8. No.3. Hal: 1-17.
- Siregar, N., Elfikir, M., dan Dauly, R.P. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengunjung Kawasan Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat). SOSEK: Jurnal Sosial dan Ekonomi. Vol.3. Issue.1. E-ISSN: 2745-6153.
- Sonya, D.P., dan Suhardi. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Panasera di Batam. Jurnal eCo-Buss. Vool. 5. No.1. Agustus. P-ISSN: 2622-4291. E-ISSN: 2622-4305.
- Sopiah., dan Sangadji, E.M. (2020). Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertasi Himpunan Jurnal Penelitian. Edisi I. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Sudaryono. (2019). Metodologi Penelitian. Edisi I. Cetakan I. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2019). Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Desertasi. Cetakan ke-2. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini., Burda, A., Darmawan, A. dan Klarisah, A.N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Sekolah Olahraga Binasehat Bekasi). Jurnal STEI Ekonomi (JEMI). Volume 31. Number 02. Desember 2022. Hal: 31 41. P-ISSN : 0854-0985. e-ISSN : 2527-4783.