

Influence of Service Quality, Facilities, and Location on Traditional Market Traders' Satisfaction (Case Study on Satrio Wibowo Market Traders Semarang)

Arlisa Dwi Nurjanah¹, Inayah², Makmun Riyanto³
Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang

ABSTRACT

Customer satisfaction is a measurement of success in the service business. Customers feel satisfied when their needs surpassed their expectations. The market is a physical place where sellers and buyers make transactions, for traders who sell in this market, the variables of service quality, facilities and location are the main factors for trader satisfaction. This study aims to determine the effect of service quality, facilities, and location on the traditional market traders satisfaction at Satrio Wibowo Semarang. The population in this research is Market Traders at Pasar Satrio Wibowo Semarang. The method used in this research is descriptive quantitative, with the sampling method by a census/sampling total of 79 respondents. Data is analyzed by using multiple linear regression. The results showed that service quality partially has a insignificant positive effect on the traditional market traders satisfaction, but facilities and location have a significant positive effect on traditional market traders satisfaction. Simultaneously the service quality, facilities, and location have a significant positive effect. Based on the analysis of the coefficient of determination shows that the Adjusted R Square value is 0.75, it means that service quality, facilities, and location contribute to the traditional market traders satisfaction by 75%, while 25% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: *Service Quality, Facilities, Location, Traditional Market Traders Satisfaction*

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Pedagang Pasar Satrio Wibowo Semarang)

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan ukuran keberhasilan dalam usaha pelayanan jasa. Pelanggan akan merasa puas ketika kebutuhan mereka dapat terpenuhi sebagaimana yang diharapkan. Pasar merupakan tempat fisik penjual dan pembeli melakukan transaksi, dimana bagi pedagang yang berjualan di pasar tersebut variable kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi adalah faktor utama untuk dijaga demi kepuasan para edagang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan pedagang pasar tradisional pada Pasar Satrio Wibowo. Populasi pada penelitian ini adalah pedagang pada pasar Satrio Wibowo Semarang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dengan metode pengambilan sampel menggunakan sensus/sampling total yang berjumlah 79 responden. Data dianalisa menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pedagang pasar tradisional, sedangkan variable fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pedagang pasar tradisional. Secara bersama-sama kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan besarnya Adjusted R Square sebesar 75%, yang berarti bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi secara simultan memberikan kontribusi terhadap kepuasan pedagang pasar tradisional sebesar 75%, sisanya sebesar 25% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi, Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional.

PENDAHULUAN

Perdagangan merupakan aktivitas penting bagi peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, serta sebagai sumber devisa untuk membiayai pembangunan. Indikator yang dapat diketahui adanya kemajuan atau tidaknya perekonomian dapat dilihat dari seberapa besar frekuensi kegiatan di sektor perdagangan. Oleh karena itu perdagangan merupakan faktor penting dalam kegiatan perekonomian suatu wilayah. Salah satu kegiatan dalam perdagangan yaitu keberadaan perdagangan pada pasar, pasar merupakan tempat fisik dimana penjual dan pembeli berkumpul untuk menjual dan membeli barang.

Jika dikelompokkan, terdapat banyak jenis-jenis pasar, salah satunya adalah pasar tradisional. Pasar tradisional memiliki peran penting dalam perdagangan di lingkup yang lebih kecil, yang mana pasar tradisional sebagai penyedia dan pemenuhan kebutuhan masyarakat dengan kemampuan ekonomi kecil hingga menengah. Pasar tradisional juga memiliki fungsi ekonomi lain, contohnya menjadi penyokong ekonomi masyarakat menengah kebawah, dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi skala lokal, regional, hingga nasional, dan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah melalui retribusi yang dibayarkan oleh para pedagang. Menurut pendapat Soelarno dalam Renissa (2018:24) mengatakan bahwa Retribusi yaitu pungutan pemerintah (pusat atau daerah) pada badan atau orang berdasarkan norma-norma yang telah ditetapkan berhubungan dengan jasa yang diberikan, atas permohonan secara langsung dan untuk kepentingan orang atau badan yang memerlukan. Dari setiap pungutan retribusi yang dikenakan akan digunakan untuk meningkatkan pembangunan, dan yang paling utama adalah untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat. Dalam pelaksanaannya besarnya retribusi yang harus dibayar oleh pribadi atau badan

dihitung dari perkalian antara tingkat penggunaan jasa dan tarif retribusi.

Salah satu retribusi yang dapat dipungut oleh Pemerintah Daerah adalah retribusi pasar, dimana pedagang yang menempati kios-kios, los, atau dasaran terbuka diwajibkan membayar retribusi kepada penyedia tempat atau kepada dinas yang terkait. Retribusi yang dikenakan untuk pedagang sebagai pembayaran atas jasa dan pelayanan umum yang telah diberikan meliputi retribusi harian, bulanan, kebersihan, MCK, iuran listrik, dan retribusi tera/tera ulang. Namun menurut hasil pendapatan dari retribusi daerah menunjukkan adanya fluktuasi dan bahkan tidak dapat mencapai target yang sudah ditetapkan. Salah satunya yaitu retribusi yang didapatkan pada Pasar Satrio Wibowo. Pasar Satrio Wibowo merupakan pasar lingkungan yang mana pasar lingkungan adalah pasar yang lingkungannya mencakup suatu lingkungan permukiman, dan jenis barang yang dijual utamanya merupakan barang kebutuhan hidup sehari-hari. Tabel 1 target dan realisasi retribusi pelayanan Pasar Satrio Wibowo.

**TABEL 1
TARGET DAN REALISASI
RETRIBUSI PELAYANAN PASAR
SATRIO WIBOWO**

| THN | TARGET (Rp) | REALISASI (Rp) | % |
|------|-------------|----------------|-----|
| 2017 | 44.415.200 | 24.818.115 | -44 |
| 2018 | 45.615.200 | 16.423.809 | -63 |
| 2019 | 42.615.200 | 12.330.248 | -71 |
| 2020 | 45.015.200 | 56.451.915 | 25 |
| 2021 | 46.373.500 | 36.316.612 | -21 |

Sumber: Dinas Perdagangan KotaSemarang,

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa pendapatan retribusi yang tidak dapat mencapai target paling tinggi pada tahun 2019 yaitu sebesar -71,07%, tahun 2020 mulai terdapat peningkatan hingga melebihi target yang ditetapkan yaitu sebesar 25,41%. Namun pada tahun 2021 pendapatan retribusi pada Pasar Satrio Wibowo mengalami penurunan kembali sebesar -21,69%. Hal ini tentu perlu diperhatikan agar dapat meningkatkan jumlah pendapatan retribusi pasar sehingga mampu meningkatkan ekonomi daerah juga. Disamping itu diperlukan pula sejumlah hal-hal pendukung untuk menunjang adanya kelancaran pendapatan tersebut, seperti memperhatikan tingkat kepuasan para pedagang itu sendiri. Menurut Lestari (2019:42) kepuasan pedagang adalah tingkat perasaan seorang pedagang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang pedagang rasakan dengan harapan yang diinginkannya. Pedagang tidak segan untuk membayar retribusi secara berkala jika mereka merasa aktifitas perdagangan di pasar lancar dan merasa puas berdagang di pasar tersebut.

Terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan untuk membentuk kepuasan pelanggan, menurut Rangkuti (2003:57) salah satunya adalah strategi penanganan keluhan yang efektif dimana perusahaan harus menunjukkan perhatian, keprihatinan, dan penyelesaiannya atas kekecewaan pelanggan agar pelanggan puas dan selalu menggunakan produk/jasa perusahaan tersebut. Penanganan keluhan tentunya juga terlibat dengan kualitas pelayanan dari pegawai pasar, yang mana sebagai gerbang awal penyampaian apa yang dirasakan atau yang dikeluhkan para pedagang. Seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono dan Chandra (2016:119) mengungkapkan bahwa kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan yang dapat memberikan dorongan untuk pelanggan dalam menjalin hubungan panjang sampai dapat saling menguntungkan. Dari pernyataan tersebut mendukung jika terdapat

rasa puas maka dapat saling menguntungkan kedepannya. Namun hal ini berbeda dengan hasil temuan dari Septiani (2018) bahwa kualitas pelayanan terdapat pengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen pasar, namun terdapat pengaruh signifikan.

Tak hanya dari sisi kualitas pelayanan, pasar juga ada kaitannya dengan fasilitas dengan sarana dan prasarana yang dibuat atau disediakan. Karena fasilitas merupakan salah satu hal yang dipakai pedagang untuk melakukan aktivitas perdagangan. Memberikan kenyamanan bagi pedagang perlu diperhatikan karena pedagang yang utama merasakan dan menggunakan fasilitas yang ada. Menurut Basu dan Irawan dalam Dewi (2017:11) fasilitas merupakan sarana yang menyediakan perlengkapan fisik guna menunjang kebutuhan konsumen terpenuhi. Seperti yang terdapat pada Peraturan Presiden RI Nomor 112 Tahun 2007 BAB II Pasal 2 Ayat 2c, dijelaskan bahwa dalam pendirian pasar tradisional wajib memenuhi beberapa ketentuan diantaranya menyediakan fasilitas yang menjamin Pasar Tradisional yang bersih, sehat (*hygienis*), aman, tertib dan ruang publik yang nyaman.

Penempatan lokasi pasar juga dapat dipertimbangkan untuk menilai kepuasan dari pedagang. Seperti penemuan hasil penelitian Apriyanti (2021:96) yang menyimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Menurut Ginting dan Saputra (2015:12) Lokasi adalah tempat atau daerah dimana pedagang menjual dagangannya. Lokasi yang strategis sangat mempengaruhi keberlangsungan sebuah usaha. Lokasi yang strategis membuat konsumen tertarik untuk datang dan memilih melakukan transaksi pembelian. Dari ungkapan tersebut mendukung dengan adanya penempatan lokasi pasar terutama dasaran yang digunakan oleh pedagang sesuai maka akan timbul rasa puas dari pedagang karena disamping mudah untuk mengakses pasar,

lokasi pasar yang tepat dapat memudahkan pembeli untuk datang. Namun karena penempatan lokasi ditentukan oleh pengelola pasar para pedagang hanya bisa pasrah dari apa yang sudah ditetapkan. Tetapi berdasarkan penelitian dari Saputri (2018) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa pedagang, didapati adanya keluhan-keluhan yang dirasakan oleh pedagang selama berdagang di Pasar Satrio Wibowo. Tabel 1 beberapa keluhan yang dirasakan.

TABEL 2
KELUHAN PADA PEDAGANG PASAR
SATRIO WIBOWO

| JENIS KELUHAN | JUMLAH |
|---|--------|
| Mebutuhkan tambahan tempat dasaran | 10 |
| Kurangnya tempat untuk bongkar muat barang | 4 |
| Kondisi jalan di pasar kurang baik | 15 |
| Sepi pembeli | 10 |
| Tempat dasaran perlu perbaikan | 10 |
| Kualitas pelayanan (penanganan keluhan dan kebutuhan) | 7 |
| Jumlah | 56 |

Sumber: Data primer,

Berdasarkan tabel terlihat bahwa keluhan yang banyak dialami pedagang adalah membutuhkan tambahan tempat dasaran, perlunya perbaikan untuk tempat dasaran dan jalan yang ada dipasar, serta adanya keluhan sepi pembeli. Dalam menyediakan jasa kepada pedagang pasar, tentunya perlu mengevaluasi keluhan yang dirasakan oleh pedagang sehingga dapat meningkatkan aktifitas perdagangan bagi pelaku pasar yang berdampak positif pula untuk pemerintah

daerah. Diharapkan dengan adanya kepuasan yang dirasakan pedagang yang sudah menetap dapat merekomendasikan kepada pedagang lain agar dapat mengisi kekosongan kios/los yang ada karena menurut data penempatan dasaran di Pasar Satrio Wibowo, terdapat 5 kios dan 49 los yang kosong dari 227 kios dan los yang tersedia. Dengan banyaknya pedagang dan lengkapnya komoditi yang dijual diharapkan pula akan mampu menarik banyak pembeli yang datang, sehingga dapat bermanfaat juga bagi pedagang.

RumusanMasalah

Berdasarkan permasalahan Mengenai kepuasan yang dirasakan pedagang. Terdapat beberapa faktor untuk meningkatkan kepuasan pedagang, namun pada penelitian ini dibatasi pada kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan pedagang pasar tradisional.

TujuanPenelitian

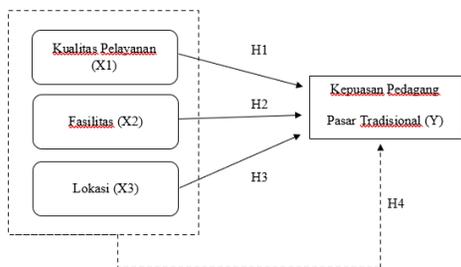
Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pedagang pasar tradisional.
2. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pedagang pasar tradisional.
3. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pedagang pasar tradisional.
4. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan pedagang pasar tradisional.

KerangkaPemikiranTeoritis

Penelitian ini memiliki variabel bebas Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), dan Lokasi (X3), sedangkan variabel terikat adalah Kepuasan pedagang (Y).

**GAMBAR 1
KERANGKA TEORITIS**



Keterangan:
 —————> : Pengaruh secara Parsial
 - - - - -> : Pengaruh secara Bersama-sama

Sumber: Hamidah (2019) yang disesuaikan oleh peneliti,

Difinisi Operasional Variabel dan Indikator setiap Variabel

Kepuasan Pedagang

Menurut Tjiptono dalam Haryadi, dkk (2020:205) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah fungsi seberapa dekat harapan konsumen atas suatu produk atau jasa dengan mutu yang dirasakan. Penelitian ini menggunakan indikator dari Sangadji dan Sopiah dalam Saputri (2018:18), Tjiptono dalam Nursahid (2021:38) yaitu:

1. Konfirmasi harapan
2. Minat pembelian ulang
3. Merekomendasikan kepada pihak lain
4. Kepuasan Keseluruhan

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2020: 143) Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Penelitian ini menggunakan indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2016:137) yaitu:

1. Reliability (keandalan)
2. Assurance (jaminan)

3. Tangible (buktifisik)
4. Empathy (empati)
5. Responsiveness (dayatanggap)

Fasilitas

Menurut Kotler & Keller dalam Nissa (2019:45) fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan kepuasan yang maksimal. Penelitian ini menggunakan indikator fasilitas menurut Kertajaya dalam Tias (2020:11) yaitu:

1. Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan
3. Tata cahaya dan warna ruangan

Lokasi

Tjiptono dan Chandra (2016:92) mengemukakan bahwa lokasi untuk penyedia jasa merupakan faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial jasa. Penelitian ini menggunakan indikator lokasi yang menurut Tjiptono dan Chandra (2016:93), Hanggita (2018:169) yaitu:

1. Akses
2. Visibilitas
3. Persaingan
4. Ekspansi,
5. Lingkungan
6. Peraturan pemerintah

METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedagang Pasar Satrio Wibowo yang berjumlah 79 orang. Dengan menggunakan teknik Sensus/Sampling Total. Penelitian ini mengukur jawaban dari kuesioner dengan menggunakan pengukuran skala likert 5 poin. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsiklasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan alat bantu aplikasi SPSS 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan hasil r hitung dengan r tabel. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel Hasil uji validitas terhadap semua variabel penelitian ini (Kualitas pelayanan, Fasilitas, Lokasi, Kepuasan) menunjukkan nilai r hitung $>$ r table yaitu 0,361, maka seluruh butir pernyataan kuesioner dalam penelitian ini adalah valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Bandur, dkk (2018:146) uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi sebuah hasil penelitian pada sampel yang sama dalam waktu yang berbeda. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's alpha, yaitu jika nilai $\alpha > 0,60$ maka reliabel (Sujarweni, 2021:110).

Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa semua variable (variable kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi, kepuasan) mempunyai nilai *Cronbach's alpha* $>$ 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk penelitian adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk memberikan kepastian dalam regresi menghasilkan ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten.

TABEL 3
HASIL UJI ASUMSI KLASIK

| Uji | Hasil | Keterangan |
|------------|---|-----------------------------|
| Normalitas | <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i> 0,242 $>$ 0,05 | Data terdistribusi normal |
| Linearitas | <i>Linearity:</i> Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi $<$ 0,05 | Memenuhi persyaratan Linear |

| | | |
|--------------------|--|--------------------------------------|
| | <i>Deviation from Linearity:</i> Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi $>$ 0,05 | |
| Multikolinearitas | <i>Tolerance:</i> Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi $>$ 0,01 <i>VIF:</i> Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan lokasi $<$ 10 | Data terbebas dari multikolinearitas |
| Heterokedastisitas | Data menyebar dan tidak berpola | Tidak ada gejala heterokedastisitas |

Sumber : Data Primer yang diolah,

Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.

$$Y = 2,316 + 0,135 X_1 + 0,278 X_2 + 0,539 X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Konstanta sebesar 2,316 menyatakan bahwa jika tidak ada perubahan nilai pada Kualitas Pelayanan (X_1), Fasilitas (X_2), dan Lokasi (X_3) atau sama dengan nol, maka nilai Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional (Y) sebesar 2,316.
2. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,135 menyatakan bahwa setiap penambahan atau peningkatan Kualitas Pelayanan, maka Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional akan bertambah atau meningkat.
3. Koefisien regresi Fasilitas (X_2) sebesar 0,278 menyatakan bahwa setiap penambahan atau peningkatan Fasilitas, maka Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional akan bertambah atau meningkat.
4. Koefisien regresi Lokasi (X_3) sebesar 0,539 menyatakan bahwa setiap penambahan atau peningkatan Lokasi, maka Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional akan bertambah atau meningkat.

Koefisien Determinasi

**TABEL 4
KOEFSISIEN DETERMINASI**

| Adjusted R ² | Std. Error of Estimate |
|-------------------------|------------------------|
| 0,750 | 3,581908 |

Sumber : Data Primer yang diolah,

Diketahui inilainya koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,750 yang artinya pengaruh variabel *independent* terhadap *dependent* sebesar 75% sedangkan sisanya sebesar 25% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

UJI F

**TABEL 5
UJI F**

| Model | F | Sig. |
|---------|--------|-------|
| Regresi | 56,889 | 0,000 |

Sumber : Data Primer yang diolah,

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 56,889 > F tabel 2,73 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ho1 diterima dan Ha1 ditolak, variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi jika diuji bersama-sama akan berpengaruh terhadap kepuasan pedagang pasar tradisional (Y).

Uji T

**TABEL 6
UJI T**

| Variabel | t _{hitung} | t _{tabel} | Signifikansi |
|----------|---------------------|--------------------|--------------|
| X1 | 1,330 | 1,991 | 0,187 |
| X2 | 2,918 | 1,991 | 0,005 |
| X3 | 6,119 | 1,991 | 0,000 |

Sumber : Data Primer yang diolah,

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional (X1)

Berdasarkan hasil perhitungan didapat nilai t_{hitung} sebesar 1,330 < t_{tabel} 1,991 dengan signifikansi sebesar 0,187 > 0,05. Dengan demikian Ho1 diterima dan Ha1 ditolak, sehingga variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional.

2. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional (X2)

Berdasarkan hasil perhitungan didapat nilai t_{hitung} sebesar 2,918 > t_{tabel} 1,991 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian Ho2 ditolak dan Ha2 diterima, sehingga variabel Fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional (X3)

Berdasarkan hasil perhitungan didapat nilai t_{hitung} sebesar 6,119 > t_{tabel} 1,991 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian Ho3 ditolak dan Ha3 diterima, sehingga variabel Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan yang dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), dan Lokasi (X3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional (Y). Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi maka akan berpengaruh terhadap peningkatan Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional, dan sebaliknya apabila terjadi penurunan variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi maka akan berpengaruh

- terhadap penurunan Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional.
2. Berdasarkan uji t mendapatkan kesimpulan bahwa:
 - a. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional karena nilai signifikansi yang rendah.
 - b. Variable Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional.
 - c. Variabel Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional.
 3. Berdasarkan hasil dari uji F Kualitas pelayanan, Fasilitas dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional.
 4. Analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa besarnya Adjusted R Square adalah 0,750 atau 75%. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi memberikan kontribusi terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Tradisional sebesar 75%, sedangkan sisanya sebesar 25% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil analisis deskriptif jawaban atas pertanyaan dalam kuesioner, maka saran bagi Dinas Perdagangan Kota Semarang adalah:

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) juga masih dalam kategori sedang dari hasil analisis deskriptifnya, sehingga kualitas pelayanan juga disarankan untuk meningkatkannya, terutama pada indikator Reliability (Keandalan) dan Empathy (Jaminan) karena memiliki hasil yang rendah. Dari hasil temuan tersebut diharapkan para petugas pasar lebih memperhatikan prosedur saat

melayani pedagang dan meningkatkan perhatian secara individual kepada para pedagang dengan lebih ramah sehingga dapat terjalin hubungan yang lebih akrab dengan pedagang.

2. Variabel Fasilitas (X_2) Variabel Fasilitas juga masih membutuhkan peningkatan lagi, dikarenakan hasil yang masih dalam kategori rendah, terutama pada aspek sebagai berikut:
 - a. Indikator Kelengkapan, Kebersihan dan Kerapihan Fasilitas untuk meningkatkannya saran yang dapat diberikan adalah merekrut petugas kebersihan agar kebersihan pasar selalu terjaga, mengingat bahwa belum adanya petugas khusus untuk melakukan pembersihan. Dilakukan pemantauan dan perbaikan berkala untuk tempat dasaran agar kondisinya selalu baik. Perluasan terhadap tempat parkir juga dapat dilakukan agar saat melakukan bongkar muat tidak menggunakan bahu jalan, dan mengganggu aktifitas kegiatan masyarakat setempat.
 - b. Indikator Kondisi dan Fungsi dengan berkategori cukup yang berarti fasilitas yang ada harus dijaga dan lebih ditingkatkan lagi dengan cara pengawasan secara berkala pula.
 - c. Indikator Tata Cahaya dan Warna Ruang, saran yang diberikan adalah memperhatikan kondisi tempat dasaran agar dapat membuat nyaman pedagang dan para pelaku pasar lain.
3. Variabel Lokasi (X_3) membutuhkan penanganan atau pengelolaan ulang kembali. Berdasarkan hasil Analisa deskriptif variabel lokasi masih membutuhkan peningkatan, dikarenakan hasil yang masih dalam kategori sedang. Kemudian saran terhadap perbaikan lokasi untuk lebih

ditingkatkan lagi pada aspek sebagai berikut :

- a. Indikator Akses dalam mempermudah untuk mengakses pasar, maka saran yang diberikan adalah selalu memastikan jika tidak ada barang dagangan dari setiap pedagang yang menghalangi akses jalan/lorong dalam pasar sehingga pedagang dan pembeli dapat dengan lancar melaksanakan aktifitas penjualan dan pembelian.
- b. Indikator Visibilitas saran yang diberikan adalah memastikan pedagang dapat mengatur barang dagangannya dengan rapi, sehingga enak dipandang oleh pembeli, bisa melalui cara penyuluhan kepada para pedagang bagaimana cara mendisplay barang dagangannya supaya menarik.
- c. Indikator Persaingan, untuk menghindari adanya persaingan yang tidak sehat, saran yang diberikan adalah memberikan tempat dasaran sesuai dengan porsi masing-masing pedagang, misalkan untuk pedagang dengan jumlah barang dagangan yang banyak, ditempatkan pada kios/los yang ukurannya lebih besar, serta menempatkan pedagang sesuai dengan zonasi jenis barang dagangan yang dijual. Hal ini juga dapat diterapkan untuk meningkatkan indikator ekspansi.

DAFTAR PUSTAKA

Apriyanti, Hana. 2021. Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional Di Masa Pandemi (Studi Pada Pasar Ngemplak, Tempel, Sleman).

<http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/12851/>. (12 Juli 2022)

- Bandur, Agustinus dan Dyah Budiastuti. 2018. Validitas dan Reliabilitas Penelitian. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Dewi, Sariyati. 2017. *Pengaruh Aksesibilitas dan Kelengkapan Fasilitas terhadap Pendapatan Pedagang Muslim di Pasar Jekulo Kudus*. Stain Kudus.
- Dinas Perdagangan Kota Semarang. 2022.
- Ginting, Mareta dan Ahmad Saputra. 2015. Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional di Kecamatan Medan Johor). *Jurnal Manajemen Bisnis STIE IBBI*. Vol. 23, No. 1. Januari
- Hamidah, Lailatul. 2019. Pengaruh Persepsi Harga, Keberagaman Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Madubronto Kabupaten Sidoarjo. *Universitas Maarif Hasyim Latif: FEB*. Vol. 2, No. 1.
- Hanggita, Ariffa Tio. Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa pada UMKM di Kecamatan Paciran. 2018. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 8, No. 02. Oktober.
- Haryadi, Wahyu, dkk. 2020. Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pedagang Ikan di Pasar Kerato). *Jurnal Ekonomu dan Bisnis*. Vol. 8, No. 3. Desember.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2020. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Penerbit Erlangga.
- Lestari, Resti Putri. 2019. Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus Pasar Baru Stabat). UIN Sumatera Utara: FEBI.
- Nursahid, Adi. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada EMKL PT Berkah Jaya Lestarindo

- Semarang. Politeknik Negeri Semarang: AB.
- Peraturan Presiden RI Nomor 112 Tahun 2007.
- Rangkuti, Freddy. 2003. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan & Analisis Kasus PLN – JP. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Renissa Amalina, Hanna. 2018. Analisis Dampak Pengelolaan Retribusi Persampahan/Kebersihan terhadap Pendapatan Asli Daerah (Studi Kasus pada Suku Dinas Lingkungan Hidup Kota Administrasi Jakarta Timur). Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.
- Saputri, Rachmiya. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Produk Daging (Studi pada Pelanggan Pasar Cinde Palembang). UIN Raden Fatah Pematang: FEBI.
- Septiani, Winda Fitria. 2018. Analisis Pengaruh Citra Pasar Tradisional terhadap Kepuasan Konsumen. (Studi Kasus di Pasar Beringharjo Kota Yogyakarta). Universitas Negeri Yogyakarta: FE.
- Tias, Rizky Setianing. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Dapur Kopi By Lyly Lamongan. UNTAG
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. Service, Quality dan Satisfaction Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

