

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN SOUP BUAH DI KECAMATAN KAMAL

Monica Indriani
Pendidikan Ekonomi
STKIP PGRI Bangkalan
Monicaindriani12@gmail.com

Abstrak

Persaingan yang semakin ketat dalam usaha kuliner menuntut para pengelola untuk bisa membuat strategi agar usaha yang didirikan mampu menciptakan rasa puas kepada para pelanggannya. Pengusaha juga harus mengerti faktor apa saja yang dapat membuat konsumen merasa puas agar usaha yang didirikan banyak diminati konsumen. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Restoran Soup Buah di Kecamatan Kamal, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel accidental sampling dengan sampel sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner dan dokumentasi. Uji t memperoleh hasil kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} 3,189 > T_{tabel} 2,014$ dan nilai signifikansi 0,003 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} 6,157 > T_{tabel} 2,014$ dan nilai signifikansi 0,000 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} 2,019 > T_{tabel} 2,014$ dan nilai signifikansi 0,049 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} 5,817 > T_{tabel} 2,014$ dan nilai signifikansi 0,000 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara simultan kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil $F_{hitung} > F_{tabel} (154,590 > 2,58)$ dengan nilai signifikan $0,000 > 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Harga, Fasilitas, Lokasi, Kepuasan Konsumen

Abstract

The increasingly tight competition in the culinary business requires managers to be able to make a strategy so that the established business is able to create a sense of satisfaction for its customers. Entrepreneurs must also understand what factors that can make customers feel satisfied so that the business established is in great demand by customers. In this study, quantitative research is employed, and the analytical method used in this study is the multiple linear regression method. The population in this study were all customers of Fruit Soup Restaurant in Kamal District, using accidental sampling technique with a sample of 50 respondents. The data collection techniques used in this study are questionnaires and documentation. The t-test shows that service quality has an effect on customer satisfaction, indicated by the value of T-count $3.189 > T\text{-table } 2.014$ and a significance value of 0.003 then H_0 is rejected and H_a is accepted. Therefore, H_0 is rejected and H_a is accepted. Facilities have an effect on customer satisfaction indicated by the value of T-count $2.019 > T\text{-table } 2.014$ and a significance value of 0.049. Therefore, H_0 is rejected and H_a is accepted. Location has an effect on customer satisfaction indicated by the value of T-count $5.817 > T\text{-table } 2.014$ and a significance value of 0.000, then H_0 is rejected and H_a is accepted. Simultaneously the quality of service, price, facilities and location have a positive and significant effect on customer satisfaction with the results $F\text{-count} > F\text{-table} (154.590 > 2.58)$ with a significant value of $0.000 > 0.05$.

Key Words: Quality of service, Price, Facilities, Location, Customer satisfaction

PENDAHULUAN

Persaingan yang semakin ketat dalam usaha kuliner menuntut para pengelola untuk bisa membuat strategi agar usaha yang didirikan mampu menciptakan rasa puas pada para pelanggannya. Pengusaha juga harus mengerti factor apa saja yang dapat membuat konsumen merasa puas agar usaha yang didirikan banyak diminati konsumen. Strategi pemasaran yang elok harus dibuat oleh para

pengelola usaha kuliner agar dapat bersaing di pasar dan menciptakan kepuasan kepada para pelanggannya. Perencanaan strategis merupakan tahap-tahap atau proses yang harus dilakukan untuk mengembangkan dan menjaga agar tujuan, keahlian dan sumber daya organisasi sesuai dengan peluang usaha (Shinta, 2011:18). Berhasil tidaknya suatu usaha bisa dilihat dari strategi pemasarannya yang sungguh-sungguh. Keberhasilan suatu usaha kuliner dalam mencapai tujuannya sangat bergantung pada kepuasan konsumen. Perhatian dan kepuasan para konsumen merupakan salah satu factor yang menyebabkan suatu usaha kuliner bisa berjalan dengan stabil dan menguntungkan.

Pelanggan merupakan salah satu *stakeholder* yang sangat penting bagi perusahaan, karena pelanggan merupakan sumber penghasilan terbesar dalam suatu usaha. Sehingga jika kepuasan pelanggan telah terpenuhi maka pembelian akan terjadi secara berulang-ulang yang berarti bahwa peningkatan penjualan telah terjadi.

Restoran atau rumah makan dijadikan tempat usaha yang menjual hidangan baik makanan atau minuman pada satu tempat serta dikelola oleh individu ataupun kelompok. Usaha dalam bidang restoran atau rumah makan merupakan usaha yang paling banyak diminati. Karena makanan merupakan unsur pokok yang harus dipenuhi oleh manusia. Semakin berkembangnya usaha dalam bidang restoran ini, maka dari itu Restoran soup buah di Kecamatan Kamal ini sangat mempertimbangkan kepuasan konsumennya dengan cara mempertimbangkan factor kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan penempatan lokasinya.

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada restoran soup buah di Kecamatan Kamal?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada restoran soup buah di Kecamatan Kamal?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada restoran soup buah di Kecamatan Kamal?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada restoran soup buah di Kecamatan Kamal?
5. Apakah kualitas pelayanan, harga fasilitas dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada restoran soup buah di Kecamatan Kamal?

Kajian Pustaka

1. Kualitas pelayanan
Menurut Indrasari (2019:62) kualitas pelayan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta kesesuaian penyampaian agar dapat mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan dijadikan salah satu factor penting dalam setiap usaha yang didirikan. Perusahaan yang bergerak dalam bidang kuliner harus terus berusaha mengembangkan kualitas pelayanan dalam usaha mereka dengan baik, karena dengan memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumen yang datang dapat menciptakan kepuasan tersendiri bagi mereka dan dengan begitu pelanggan akan setia terhadap restoran yang didirikan.
Menurut Parasuraman (2013) dalam Fadilah (2018:7) terdapat lima indicator yang perlu dipenuhi dalam factor kualitas pelayanan yaitu:
 - a. Keandalan (*Reliability*), yakni merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai yang telah dijanjikan secara akurat, dan terpercaya.
 - b. Ketanggapan (*Responsivenees*), yakni kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Membiarkan konsumen menunggu lama merupakan hal yang sangat tidak disukai konsumen.
 - c. Jaminan (*Assurance*), yakni sikap sopan santun dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen.
 - d. Empati (*Empathy*), yakni memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual terhadap para konsumen dengan memahami apa yang diinginkan setiap konsumen yang datang.
 - e. Bukti fisik (*Tangible*), yakni kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
2. Harga
Menurut Shinta (2011:102) menegaskan bahwa harga adalah nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah yang digunakan sebagai pertukaran atau transaksi. Keputusan penetapan harga

memiliki implementasi yang sangat penting dalam mengelola usaha. Tujuan penetapan harga bisa berjalan sesuai dengan strategi pemasaran yang telah dibuat sebelumnya dan berorientasi pada permintaan primer apabila penetapan harga yang lebih murah dapat meningkatkan pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen. Harga yang lebih murah bisa mengurangi resiko konsumen untuk mencoba produk baru atau bisa saja menaikkan nilai sebuah produk yang sudah ada sebelumnya.

Menurut Stanton (1998) dalam Situmeang (2017:36) terdapat indikator dalam mengukur sebuah harga yaitu:

- a. Keterjangkauan harga, Keterjangkauan harga merupakan aspek penetapan harga oleh pengusaha atau penjual sesuai dengan daya beli konsumen.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Aspek penetapan harga menurut kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen atau pembeli.
- c. Daya saing harga, Penawaran harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual berbeda dan bersaing dengan harga yang ditetapkan oleh produsen lain untuk produk atau jenis yang sama.

3. Fasilitas

Menurut Tjiptono (2012:317) fasilitas sumber daya fisik yang harus tersedia sebelum menawarkan suatu jasa kepada konsumen. Fasilitas meliputi kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior. Sebelum membeli barang atau jasa apa pun, konsumen dihadapkan pada masalah utama, yaitu barang atau jasa yang akan dibeli, di mana orang berpartisipasi dalam penilaian, perolehan, dan penggunaan barang dan jasa ekonomi.

Menurut Hawkins dan Lonney (2007) dalam Tjiptono (2012:101) indikator yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas adalah:

- a. Pertimbangan / Perencanaan Spasial
Aspek-aspek seperti simetri, proporsi, tekstur, warna, dll. diperhitungkan, digabungkan dan dikembangkan. untuk memprovokasi reaksi intelektual dan emosional pada pengguna atau pemirsa.
- b. Perencanaan Ruang
Elemen ini meliputi desain interior dan arsitektural, seperti penempatan furnitur dan perabot di dalam ruangan, desain sirkuit dan lain-lain.
- c. Perlengkapan / Perabotan
Peralatan memiliki berbagai fungsi, antara lain melindungi barang berharga kecil, memajang barang, menyambut pelanggan, dan menampilkan status pemilik/pengguna.

3. Lokasi

Menurut Suryana (2013:157) menyatakan bahwa lokasi harus pada posisi yang strategis dan efisien, baik bagi perusahaan itu sendiri maupun pelanggannya. Misalnya dekat dengan pemasok, kepada konsumen, ke alat transportasi dan lain-lain. Lokasi yang tepat akan sangat berpengaruh pada kesuksesan suatu usaha, karena lokasi yang berkaitan dengan pasar potensial bisnis. Fleksibel sebuah lokasi biasanya ditunjukkan sejauh mana sebuah jasa mampu berekspressi terhadap situasi perekonomian yang cenderung berubah-ubah.

Menurut Situmeang (2017:49) beberapa indikator lokasi yakni :

- a. Akses, yakni lokasi yang dilalui mudah dijangkau oleh transportasi umum.
- b. Lingkungan, yakni daerah sekitar mendukung jasa yang ditawarkan. Contohnya warung makan yang berdekatan dengan area kampus atau kos-kosan.

4. Kepuasan Konsumen

Menurut Sudaryono (2016:78) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah respon yang didapat dari konsumen terhadap produk atau jasa yang diberikan dalam pemenuhan kepuasan ini biasanya bisa lebih atau kurang, jika kinerja suatu perusahaan lebih rendah dibanding harapan konsumen, maka otomatis konsumen akan merasa tidak puas.

Menurut Tjiptono (2001) dalam Situmeang (2017:26) indikator kepuasan konsumen dibagi menjadi tiga yakni:

- a. Keseuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diinginkan konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi:
 1. Produk yang diterima dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

2. Pelayanan yang diberikan harus memenuhi atau melebihi harapan konsumen.
3. Fasilitas pendukung yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan konsumen.
- b. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk datang kembali atau melakukan pembelian ulang pada perusahaan terkait, meliputi:
 1. Adanya rasa ingin berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan sangat memuaskan.
 2. Ada rasa ingin berkunjung kembali karena telah merasakan manfaat dan nilai terhadap menu / produk yang dijual.
 3. Adanya rasa ingin berkunjung kembali karena fasilitas yang disediakan sangat lengkap.
- c. Kesediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dia rasakan, meliputi:
 1. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk atau menu yang ditawarkan, dikarenakan pelayanan yang didapat sangat memuaskan.
 2. Merekomendasikan kepada teman atau saudara agar membeli produk / menu yang ditawarkan karena fasilitas pendukungnya sangat lengkap.
 3. Merekomendasikan kepada teman atau keluarga bahwa mereka membeli produk yang ditawarkan berdasarkan nilai dan manfaat yang dirasakan setelah mengkonsumsi produk tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif karena data yang akan digunakan berupa angka-angka. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan analisis asosiatif, karena terdapat variable-variabel yang akan ditelaah hubungan dan tujuannya untuk menghasilkan gambaran mengenai hubungan antar variable yang diteliti. Lokasi dalam penelitian ini adalah Restoran Soup Buah Jl. Letnan Abdullah, Tj.jati, Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur, 69162. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen restoran soup buah di Kecamatan Kamal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah teknik *Non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel yaitu *accidental sampling*. Sampel yang digunakan oleh peneliti sebanyak 50 responden.

Instrumen penelitian

Menurut Sudaryono (2017:276) instrumen penelitian adalah alat yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data. Alat yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu kuesioner, observasi dan dokumentasi.

Analisis data merupakan suatu proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah diinterpretasikan. Dengan penelitian kuantitatif, hasil pengukuran yang lebih akurat tentang jawaban yang diberikan yang terdiri dari beberapa uji yakni:

1. Uji validitas
Menurut Sudaryono (2017:302) menyatakan uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu tes atau kuesioner dikatakan memiliki validitas tinggi jika alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan pengukurannya. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi pearson (*pearson correlation*) antara skor masing – masing pertanyaan dengan skor total pertanyaan. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ dengan *alpha* 0,05.
2. Uji reliabilitas
Menurut Sudaryono (2017:322) mengemukakan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu tes dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya jika dalam beberapa kali pelaksanaan hasil pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama selama aspek yang diukur tidak berubah. Reliabilitas dilakukan dengan bantuan SPSS, reliabilitas ditentukan dengan menghitung koefisien *croanbach alpha* dari masing-masing instrumen penelitian dalam variabel, jika koefisien *Croanbach Alpha* > 0,60 maka indikator tersebut reliabel.
3. Uji normalitas
Menurut Ghozali (2013:154) uji normalitas bertujuan untuk menguji data pada variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak. Salah satu cara pengujian uji normalitas dapat dilihat dari grafik histogram atau *normal probability plot* yang

membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal, suatu data pengujian dikatakan normal jika data menyebar disekitar garis diagonal. Suatu data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal.

4. Uji regresi linier berganda

Regresi linear berganda adalah analisis regresi yang menjelaskan hubungan antara variabel dependen dengan faktor-faktor yang mempengaruhi lebih dari satu variabel independen (Sugiyono, 2017:275). Regresi linier berganda bertujuan untuk mengukur intensitas hubungan antara dua variabel atau lebih. Adapun persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = kepuasan konsumen

a= konstanta

X₁ = kualitas pelayanan

X₂ = harga

X₃ = fasilitas

X₄ = lokasi

b₁, b₂, b₃, b₄ = koefisien regresi linier berganda

e = error

5. Uji koefisien determinasi (*R Square*)

Menurut Ghazali (2013:171) koefisien determinasi digunakan untuk menguji seberapa jauh kemampuan model regresi menerangkan variabel dependen dan bertujuan untuk menentukan presentase total dalam variabel.

6. Uji hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah atas pertanyaan penelitian, maka hipotesis perlu diuji kebenarannya melalui data yang terkumpul, kemudian hipotesis dapat dinyatakan diterima atau ditolak (Sudaryono, 2017:353). Dalam membuktikannya kebenarannya hipotesis dapat dilakukan uji statistik, adapun uji statistiknya yaitu:

a. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (terikat) secara individu (parsial) terhadap variabel dependen atau variabel bebas (Ghozali, 2013:171). Dasar pengambilan keputusan dapat dilihat apabila:

➤ Jika nilai T hitung $>$ T tabel dan tingkat nilai signifikannya $< 0,05$ maka artinya terdapat pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

➤ Jika nilai T hitung $<$ T tabel dan tingkat nilai signifikannya $> 0,05$ maka artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) secara bersama-sama atau simultan (Ghozali, 2013:171).

Dasar pengambilan keputusan dapat dilihat apabila:

➤ Jika nilai F hitung $>$ F tabel dan tingkat nilai signifikannya $< 0,05$ maka artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas dan variabel terikat.

➤ Jika nilai F hitung $<$ F tabel dan tingkat nilai signifikannya $> 0,05$ maka artinya tidak terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas dan variabel terikat.

PEMBAHASAN

1. Uji validitas

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Oleh karena itu instrumen penelitian harus diuji terlebih dahulu menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Suatu butir angket dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dan $df = n-2 = 50-2 = 48$. Maka diperoleh r_{tabel} 0,278.

Hasil uji validitas menggunakan software SPSS.23 sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil uji validitas

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,559	0,278	Valid
2	0,717	0,278	Valid
3	0,645	0,278	Valid
4	0,304	0,278	Valid
5	0,302	0,278	Valid
6	0,612	0,278	Valid
7	0,706	0,278	Valid
8	0,626	0,278	Valid
9	0,555	0,278	Valid
10	0,500	0,278	Valid
11	0,341	0,278	Valid
12	0,867	0,278	Valid
13	0,812	0,278	Valid
14	0,632	0,278	Valid
15	0,751	0,278	Valid
16	0,712	0,278	Valid

Sumber : output SPSS 23.0

Hasil data dalam tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai r hitung > r tabel maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

2. Uji reliabilitas

Pengukuran realibilitas pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS *for windows vasion 23.0* dengan uji statistik *Alpha Cronbach's*. Berdasarkan hasil uji coba instrument pada 50 responden diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,818	0,81	16

Sumber : Output SPSS23.0

Dari data tabel 2 diatas diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, fasilitas, lokasi dan kepuasan konsumen dapat dikatakan reliable karena nilai *Alpha Cronbach's* yang diperoleh sebesar 0,810 dan termasuk dalam kategori sangat reliable.

3. Uji normalitas

Setelah dilakukan pengolahan data dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 23.0, maka diperoleh hasil perhitungan dari data kuesioner sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,32389988
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,072
	Negative	-,082
Test Statistic		,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas pada tabel 3 menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai signifikansi 0,200 lebih besar dari 0,05 pada ($\text{sig} > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Soup Buah di Kecamatan Kamal. Adapun hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Uji regresi linier berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,029	,922		-3,284	,002
	Kualitas pelayanan (X1)	,169	,053	,174	3,189	,003
	Harga (X2)	,515	,084	,469	6,157	,000
	Fasilitas (X3)	,129	,064	,088	2,019	,049
	Lokasi (X4)	,482	,083	,379	5,817	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen (Y)

Sumber : output SPSS 23.0

Interpretasi dari persamaan regresi diatas sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar -3,029 yang menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi diabaikan atau sama dengan nol, maka kepuasan konsumen adalah sebesar -3,029.
- b. Kualitas pelayanan (X1) memiliki koefisien sebesar 0,169 menunjukkan bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas pelayanan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,169. Begitu juga sebaliknya, apabila kualitas pelayanan mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan 0,169.

- c. Harga (X2) memiliki koefisien sebesar 0,515 menunjukkan bahwa setiap kenaikan tingkat harga sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,515. Begitu juga sebaliknya, apabila tingkat harga mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan 0,515.
 - d. Fasilitas (X3) memiliki koefisien sebesar 0,129 menunjukkan bahwa setiap penyediaan fasilitas yang semakin baik akan mengalami kenaikan sebesar 0,129. Begitu juga sebaliknya, apabila penyediaan fasilitas tidak menjadi lebih baik maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan 0,129.
 - e. Lokasi (X4) memiliki koefisien sebesar 0,482 menunjukkan bahwa setiap lokasi yang semakin baik maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,482. Begitu juga sebaliknya, apabila lokasi tidak menjadi lebih baik dan mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan 0,482.
5. Uji koefisien determinasi (R Square)
Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. hasil uji R square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,965 ^a	,932	,926	,338

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X4), Fasilitas (X3), Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil output diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R²) yang diperoleh yaitu sebesar 0,926 atau sama dengan 92,6% yang berarti bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2), fasilitas (X3), lokasi (X4) terhadap kepuasan konsumen sebesar 92,6% dan sisanya 7,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

6. Uji hipotesis

a) Hasil uji T

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), Fasilitas (X3) dan Lokasi (X4) secara parsial atau individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau Kepuasan Konsumen (Y). Hasil uji T dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 6. hasil uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,029	,922		-3,284	,002
	Kualitas pelayanan (X1)	,169	,053	,174	3,189	,003
	Harga (X2)	,515	,084	,469	6,157	,000
	Fasilitas (X3)	,129	,064	,088	2,019	,049
	Lokasi (X4)	,482	,083	,379	5,817	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen (Y)

Sumber : output SPSS23.0

Berdasarkan tabel 6 diatas dapat dijelaskan bahwa:

- a) Nilai t-hitung pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 3,189 > t-tabel sebesar 2,014 dengan tingkat sig < 0,05 yaitu 0,003 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.
- b) Nilai t-hitung pada variabel Harga (X2) sebesar 6,157 > t-tabel sebesar 2,014 dengan tingkat sig < 0,05 yaitu 0,000 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.
- c) Nilai t-hitung pada variabel Fasilitas (X3) sebesar 2,019 > t-tabel sebesar 2,014 dengan tingkat sig < 0,05 yaitu 0,049 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.
- d) Nilai t-hitung pada variabel Lokasi (X4) sebesar 5,817 > t-tabel sebesar 2,014 dengan tingkat sig < 0,05 yaitu 0,000 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

b. Hasil uji F

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen pada Restoran Soup Buah di Kecamatan Kamal.

Hasil uji f dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini:

Tabel 7. hasil uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	70,639	4	17,660	154,590	,000 ^b
Residual	5,141	45	,114		
Total	75,780	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Lokasi (X4), Fasilitas (X3), Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2)

Sumber : Output SPSS 23.0

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 7 diatas menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 154,590 > F_{tabel} sebesar 2,58 dengan nilai signifikan < 0,05 yaitu 0,000 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Soup Buah di Kecamatan Kamal.

Kesimpulan

1. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran soup buah di Kecamatan Kamal.

2. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial harga memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran soup buah di Kecamatan Kamal.
3. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial fasilitas memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran soup buah di Kecamatan Kamal.
4. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial lokasi memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran soup buah di Kecamatan Kamal.
5. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran soup buah di Kecamatan Kamal.

Saran

Saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bagi Restoran soup buah diharapkan dapat dijadikan masukan untuk pemilik Restoran Soup Buah agar bisa menjadi usaha yang lebih baik dan lebih berkembang sehingga dapat membuat cabang baru pada tempat lain. Dengan kualitas pelayanan yang baik, harga yang terjangkau, fasilitas yang nyaman serta lokasi yang strategis dapat memenuhi keinginan konsumen sehingga konsumen merasa puas.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dari sudut pandang yang berbeda serta diharapkan dapat mencari referensi tambahan terhadap teori tentang kepuasan konsumen sehingga dapat memperluas pengetahuannya.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina Shinta, M. (2011). *manajemen pemasaran*. Jl. Veteran Malang 6514 Indonesia. Diunduh dari <http://www.ubpress.ub.ac.id>

Fadilah, G.N (2018) *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada café kolong jember* (skripsi). Diunduh dari <http://repository.unej.ac.id>

Ghozali, i. (2013). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 edisi 8*. Semarang: badan penerbit Universitas Diponegoro.

Indrasari, M. (2019). *pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Jl. Semolowaru No 84, Surabaya 60283 Jawa Timur, Indonesia. Diunduh dari <http://repository.unitomo.ac.id/2773/>

Mariatun, I. L. (2017). Pengaruh Saluran Distribusi, Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Home Industri Tempe Putra K1 Kecamatan Socah Tahun 2016. *Eco-Socio: Jurnal ilmu dan Pendidikan Ekonomi*, 1(1), 31-44.

Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran teori dan implementasi*. Yogyakarta: CV.Andi offset.

Sugiyono. (2017). *statistik untuk penelitian*. bandung: alfabeta,cv.

Suryana. (2013). *Kewirausahaan kiat dan proses menuju sukses edisi 4*. Jagakarsa, Jakarta Selatan: Salemba empat.

Situmeang, L.S (2017)*Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate medan* (skripsi). Diunduh dari <http://repository.uinsu.ac.id>

Tjiptono, f. (2017). *strategi pemasaran edisi-4*. Yogyakarta: Andi.