

PENGARUH LOKASI, HARGA, MAKANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DIRUMAH MAKAN BEBEK RIZKY JALAN RAYA SURAMADU BANGKALAN TAHUN 2022

Isnaini

Pendidikan Ekonomi
STKIP PGRI Bangkalan
Isnainidifa8@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga, makanan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan bebek rizky jalan suramadu bangkalan. Populasi dari penelitian ini yaitu konsumen atau pelanggan rumah makan bebek rizky suramadu bangkalan. Teknik pengambilan sampelnya yaitu menggunakan teknik Nonprobability Sampling salah satunya yaitu Accidental Sampling, sehingga dalam penelitian ini sampel diambil sebanyak 50 responden. Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan ini diketahui bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan, hal ini sesuai dengan hasil uji t yaitu $3,268 \geq 1,679$ dan nilai signifikan yaitu $0,002 \leq 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, variabel harga berpengaruh signifikan, hal ini sesuai dengan hasil uji t yaitu $6,209 \geq 1,679$ dan nilai signifikan yaitu $0,000 \leq 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima. Variabel makanan berpengaruh signifikan, hal ini sesuai dengan hasil dengan hasil uji t yaitu $3,184 \geq 1,679$ dan nilai signifikan yaitu $0,003 \leq 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima. Variabel kualitas pelayanan, hal ini sesuai dengan hasil uji t yaitu $2,449 \geq 1,679$ Dan nilai signifikan $0,018 \leq 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima. Hasil secara simultan menunjukkan bahwa variabel lokasi, harga, makanan, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini sesuai dengan hasil uji F yaitu $138,431 \geq 2,58$ dan nilai signifikan yaitu $0,000 \leq 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima.

Kata kunci : Lokasi, Harga, Makanan, Kualitas Pelayanan, dan kepuasan pelanggan

Abstrak

This study was conducted to determine the effect of location, price, food, and service quality on customer satisfaction at the Duck Rizky Restaurant on Jalan Suramadu Bangkalan. The population of this study is the consumer or customer of the duck restaurant Rizky Suramadu Bangkalan. The sampling technique used is non-probably sampling, one of which is accidental sampling, so that in this study a sample of 50 respondents was taken. The results of the research that has been carried out are known that the location variable has a significant effect, this is in accordance with the test results, namely $3.268 \geq 1.679$ and a significant value is $0.002 \leq 0.05$, so it can be concluded that H_a is accepted, the price variable has a significant effect, this is in accordance with the test results. t is $6.209 \geq 1.679$ and a significant value is $0.000 \leq 0.05$, so it can be concluded that H_a is accepted. The food variable has a significant effect, this is in accordance with the results of the test results, namely $3.184 \geq 1.679$ and a significant value of $0.003 \leq 0.05$, so it can be concluded that H_a is accepted. The service quality variable, this is in accordance with the results of the t test, namely $2,449 \geq 1,679$ and a significant value of $0,018 \leq 0,05$, so it can be concluded that H_a is accepted. The results simultaneously show that the variables of location, price, food, and service quality have a significant effect on customer satisfaction, this is in accordance with the results of the F test, namely $138,431 \geq 2,58$. and the significant value is $0.000 \leq 0.05$, so it can be concluded that H_a is accepted.

Keywords: Location, Price, Food, Service Quality, and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Di waktu globalisasi yang sedang berlangsung, dunia bisnis yang saat ini berkembang yaitu berupa bisnis kuliner. Melonjaknya jumlah cara menyebabkan meningkatkan jumlah bisnis yang sebanding yang menyebabkan persaingannya semakin luas. Jadi buat mengelola keadaan dan syarat misalnya, itu pengusaha memiliki keputusan untuk menetapkan keputusan untuk bersaing dengan usaha yang berbeda. pelaku bisnis dituntut memiliki pilihan untuk mengikuti pasar dan memenangkan persaingan untuk tumbuh dengan tepat. Bisnis entertainer dituntut memiliki pilihan untuk mengikuti pasar supaya memenangkan oposisi.

Dalam memenangkan persaingan, usaha harus memiliki pilihan untuk memahami prasyarat dan kebutuhan pelanggan mereka (Situmeang, 2017). Dengan memahami prasyarat dan kebutuhan klien, itu akan memberikan kontribusi yang signifikan sebagai usaha supaya kerangka kerja teknis promosi untuk mengatasi masalah klien mereka dan bertahan dalam bersaing dengan waspada. Dengan melihat kebutuhan dan keinginan serta pemenuhan administrasi adalah jalan menuju kemajuan bisnis di tengah klien yang sangat serius ini.

Dengan cara ini, perusahaan diharapkan memiliki keputusan untuk membagikan produk signifikan dan dapat membangun hubungan yang mendalam kepada pembeli dan klien, tepatnya dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan. kebanyakan masyarakat menyukai sesuatu yang tampak seperti konsep pelayanannya yang akan membawa minat kembali ke lingkungan bisnis yang telah kita bangun. Usaha yang banyak diminati oleh masyarakat sekitar adalah mendirikan usaha swasta seperti warung makan, banyak bermunculan kafe-kafe, mulai dari pedagang kaki lima hingga kafe-kafe ternama yang memiliki banyak cabang.

Perencanaan perusahaan swasta juga bisa disebut usaha kecil para eksekutif. Organisasi yang berjalan pada bidang kuliner saja wajib pintar memutuskan tempat, sebagai lokasi usaha untuk menyesuaikan setiap aktivitas mereka, karena tempat utama dan menmenguntungkan akan lebih produktif bagi perusahaan. Memilih area yang berada dalam kelompok atau tersedia secara efektif oleh pembeli potensial dapat digunakan.

tempat utama dan menenguntungkan akan lebih produktif bagi perusahaan. Memilih area yang berada dalam kelompok atau tersedia secara efektif oleh pembeli potensial dapat digunakan sebagai kerangka kerja yang dapat diambil oleh visioner bisnis. Berdasarkan Tjiptono (2015: 345) area menunjuk ikut setiap latihan marketing yang mengarah pada percepatan dan dengan pengangkutan atau perusahaan tenaga kerja dan barang dari pencipta kepada pengonsumsi Area diarahkan untuk mengamati yang terbaik dengan tujuan agar pekerjaan dan item meningkatkan berbagai latihan dengan tujuan akhir perekonomian.

Selain lokasi hal yang penting, harga adalah salah satu variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Biaya yang ditetapkan harus sesuai dengan ekonomi pembeli, sehingga klien dapat membeli produk ini. Sesuai Sangadji dkk (2013) mengungkapkan maka “harga dapat dimanfaatkan sebagai indikator pengganti kualitas produk, dengan hasil produk yang berharga tinggi yang dapat dilihat secara jelas oleh bagian pasar tertentu”. Yang dapat mengimbangi biaya penggantian sifat suatu barang yang memiliki sifat positif yang telah dikuasai pasar.

Tidak hanya harga yang harus diperhatikan namun juga tentang sifat makanan yang akan kita konsumsi dengan alasan bahwa sifat makanan sangat penting untuk dikonsumsi oleh tubuh. Seperti yang ditunjukkan oleh Potter dan Hotchkiss (2012) Makanan merupakan sifat makanan yang diperoleh pembelian, seperti ukuran, variasi, konsistensi, permukaan, dan rasa. Makanan adalah pekerjaan penting dalam upaya untuk melampaui persaingan untuk diakui oleh konsumen atau pelanggan. Para pengusaha harus berpikir atau lebih kreatif untuk peningkatan bisnis mereka untuk mencari konsumen.

Persaingan antara kuliner saat ini berkembang dengan tujuan bahwa pengusaha harus mengikuti kenyamanan atau kepuasan pelanggan. kualitas pelayanan hal penting untuk menjaga atau mempertahankan konsumen. Pelayanan adalah suatu gerakan diberikan untuk membantu, bersiap-siap, dan mengelola baik sebagai tenaga kerja dan produk yang dimulai dengan satu pihak kemudian ke pihak berikutnya (Hardiyansyah 2011:11). Untuk menarik konsumen pengusaha harus bisa memuaskan pelanggan, yang merupakan salah satu strategi dari setiap pengusaha.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen membuktikan sehingga faktor bukti substansial, kualitas tak tergoyahkan, daya tanggap, penegasan, dan simpati sangat mempengaruhi kepuasan pembeli. Seperti yang ditunjukkan oleh Swan dalam Fandy Tjiptono (2014:353) mencirikan loyalitas konsumen jadi penilaian sadar atau pertimbangan mental apakah eksekusi item cukup beruntung atau malang atau terlepas dari apakah item yang dimaksud sesuai dengan motivasinya atau tidak, pemanfaatannya. Banyaknya masyarakat Indonesia yang membangun usaha baru di bidang kuliner dari pinggir jalan hingga ke pelosok, sudah banyak yang mendirikan usaha seperti rumah makan yang banyak dijumpai di Indonesia, dari pedagang kaki lima hingga rumah makan bintang lima. Di Kabupaten Bangkalan terdapat beberapa kuliner yang dapat kita temui, dari daging ayam, daging bebek, burung dara,

dan ikan laut yang paling terkenal di Kabupaten Bangkalan adalah olahan ayam dan olahan bebek salah satu tempat yang paling terkenal adalah Rumah Makan Bebek Rizky yang berada di Kabupaten Bangkalan yang memiliki beberapa anak cabang. Pusat Rumah Makan Bebek Rizky terletak di Jalan Raya Bancaran, RT.1/RW.5, Sebaneh, Bancaran, Kabupaten Bangkalan.

Salah satu cabang Rumah Makan Bebek Rizky yang berdiri pada bulan desember tahun 2021 merupakan rumah makan yang terletak di Jalan Raya Suramadu, Manggar, Masaran, Tragah, Kabupaten Bangkalan Jawa Timur 69165. Ada banyak beberapa pilihan kafe di sekitar Bebek Rizky, banyak hal yang dipikirkan pelanggan untuk muncul dalam pilihan memilih tempat makan tertentu. Imtik memenuhi standar yang dipikirkan oleh klien, baik itu kualitas makanan, biaya atau harga, pelayanan konsumen, maupun lokasi, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya.

Alasan peneliti mengambil judul ini karena ingin mengetahui seberapa banyak tingkat kepuasan masyarakat Bangkalan maupun masyarakat Luar kota yang ingin merasakan kenikmatan dari Rumah Makan Bebek Rizky karena mulai dari berdiri hingga saat ini memiliki kurang lebih 5 anak cabang di Kabupaten Bangkalan yang berdiri kurang lebih 12 tahun, tetapi tetap menjadi rumah makan favorite dan peneliti mengambil Rumah Makan Bebek Rizky di salah satu cabang yang baru dibuka sekitar bulan desember 2021 yang berada di jalan Suramadu karna tempatnya lebih besar dibanding Rumah Makan Bebek Rizky yang lain dan juga peneliti ingin mengetahui mengapa Rumah Makan Bebek Rizky lebih memilih membuka cabang di jalan raya suramadu.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, dalam penelitian ini mengambil judul : “pengaruh lokasi, harga, makanan, dan pelayanan konsumen terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Bebek Rizky Jalan Raya Suramadu Bangkalan”

Rumusan masalah

1. Adakah pengaruh lokasi, harga, makanan, dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Bebek Rizky Jalan Raya Suramadu Bangkalan?
2. Apakah ada pengaruh lokasi, harga, makanan, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Bebek Rizky Jalan Raya Suramadu Bangkalan ?

Tujuan

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga, makanan, dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Bebek Rizky Jalan Raya Suramadu Bangkalan
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga, makanan, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Bebek Rizky Jalan Raya Suramadu Bangkalan

Manfaat

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan tentang Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Makanan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Bebek Rizky Jalan Raya Suramadu Bangkalan Tahun 2022.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi STKIP PGRI Bangkalan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan bisa dijadikan referensi bagi mahasiswa STKIP PGRI Bangkalan.

- b. Bagi Peneliti

Untuk mendapatkan pengetahuan dan bisa menerapkan ilmu serta pengalaman yang didapatkan selama berada di bangku perkuliahan, serta dapat menambah wawasan tentang masalah yang diteliti ini.

- c. Bagi Rumah Makan Bebek Rizk

Dari hasil penelitian ini sebagai kontribusi bagi Rumah Makan Bebek Rizky dan fokus pada lokasi, harga, makanan, dan kualitas pelayanan dengan tujuan supaya mempengaruhi kepuasan konsumen.

KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kanuk dan Schiffma (2013:1467) loyalitas klien adalah perspektif akuisisi pembeli tunggal atas kapasitas suatu barang atau batas administrasi sesuai dengan kecurigaan konsumen atau klien. Seperti yang ditunjukkan oleh Daryanto (2013:9), loyalitas konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah melihat hasil atau eksekusi yang tanpanya, bagaimanapun, lebih dari perkiraan yang diharapkan oleh pembeli. Menurut Kotler & Armstrong (2012:36), pelanggan adalah hubungan antara setiap keuntungan dan setiap biaya yang harus ditimbulkan untuk mengakui kesepakatan yang diberikan. Biaya klien adalah biaya langsung gabungan yang digunakan dalam melihat, membeli penggunaan jasa dan barang. Jadi klien adalah pemeriksaan manfaat dan biaya yang digunakan dalam menilai dan mendapatkan produk yang harus dikeluarkan untuk menerima kesepakatan.

Lokasi

Menurut Tjiptono (2015:345) lokasi mengacu pada berbagai latihan pemasaran yang mencoba membantu dan bekerja dengan pengangkutan atau alokasi tenaga dan produk dari produsen ke pembeli. Keputusan lokasi bergantung pada jenis perusahaan yang dijalankan, biasanya lokasi dipilih karena itu adalah kunci, dekat titik keramaian, dan lain-lain.

Hal ini dilakukan untuk mempermudah pendistribusian barang atau jasa kepada konsumen. Jadi itu membantu dalam memperluas penghasilan sebuah perusahaan. Menurut Peter dan Olson (2014:268). Lokasi merupakan saluran distribusi khususnya cara yang digunakan untuk memindahkan barang dari penjual ke pembeli.

Seperti yang ditunjukkan oleh Lupiyoadi dan Hamdani (2011:92) lokasi adalah pilihan yang dibuat oleh perusahaan atau lembaga pendidikan terkait di mana kegiatan dan stafnya akan ditemukan. Dari penilaian tertentu dalam hal lokasi. Sangat mungkin beralasan bahwa lokasi adalah pilihan perusahaan di mana bisnis akan berada, untuk melakukan operasional atau kegiatan bisnisnya.

Harga

Seperti yang ditunjukkan oleh Assauri (2014:223) harga adalah komponen utama dari campuran khusus yang menciptakan pendapatan transaksi, sedangkan komponen yang berbeda hanyalah komponen biaya. Dari unsur campuran iklan yang dilakukan, penjual akan mendapatkan uang sebagai jenis transaksi untuk ditukarkan menjadi barang atau jasa. Dengan tujuan agar efek samping dari pertukaran tersebut dapat dimanfaatkan secara tepat.

Harga sebagian besar adalah semua jenis biaya keuangan yang dikorbankan oleh pembeli untuk memperoleh, memiliki, menggunakan kombinasi energi dari tenaga kerja dan produk dari suatu barang (Hasan, 2013:522). Menurut Ginting (2012:10), biaya adalah berapa uang tunai yang harus dikeluarkan pembeli untuk mendapatkan suatu barang tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2011), harga adalah berapa banyak uang yang dibebankan untuk suatu barang atau administrasi atau berapa banyak nilai yang diperdagangkan oleh pembeli berdasarkan pemahaman di atas, dapat disimpulkan bahwa biaya adalah sejumlah uang tunai dengan nominal tertentu yang ditukarkan dengan barang atau jasa. Sehingga sangat baik dipergunakan untuk membuat kesenangan dan kepuasan sendiri.

Makanan

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Produk atau makanan adalah Karakteristik dari produk atau jasa yang pada kemampuannya menanggung janji atau sisipan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Di penelitian ini yang dicari adalah kualitas produk makanan. Menurut Margareta dan Edwin (2012), Makanan merupakan pekerjaan yang signifikan dalam pilihan pembelian pembeli, sehingga cenderung terlihat bahwa ketika kualitas makanan meningkat, pilihan pembelian juga akan meningkat. Menurut Ivyanno U. Watchful, (2014) makanan dicirikan sebagai sesuatu yang layak untuk digunakan dan menggabungkan faktor-faktor kualitas seperti suhu makanan, kebaruan makanan, dan perencanaan makanan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Lewis & Booms dalam Fandy Tjiptono (2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan atau pengunjung.

Menurut Garvin yang dikutip Fandy Tjiptono(2012:143) menyatakan bahwa terdapat lima perspektif mengenai kualitas, yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan. Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan (Arianto, 2018:83).

METODE PENELITIAN

Jenis dan rancangan penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2018 : 11). Berdasarkan tujuan penelitian maka penelitian ini termasuk penelitian Eksplanatori, menurut Sugiyono (2017:6) Eksplanatori bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian terletak di rumah makan bebek Rizky yang terletak di Jl. Raya Suramadu, manggar, masaran, tragah, kabupaten Bangkalan Jawa Timur 69165 .

Populasi dan sampel atau sasaran penelitian

1) Populasi

Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh pengunjung yang datang ke Rumah Makan Bebek Rizky pada waktu pengambilan data dalam kurun waktu satu minggu. Menurut bapak Abu Yamin., S.H.(manager Rumah Makan Bebek Rizky) pengunjung dalam satu minggu kurang lebih 100 pengunjung. Jadi peneliti mengambil kesimpulan populasinya sebesar 100 pengunjung. Seperti menurut Sugiyono (2015: 117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

2) Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2015:118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *Nonprobability Sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Variabel penelitian

Menurut Sugiyono, (2015) menjelaskan bahwa, variabel dapat diartikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai "variasi" antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek yang lain.

1. Variabel Independen

Variabel independen atau sering disebut variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), (Sugiono, 2015:61).

Variabel Independen dalam penelitian ini dinyatakan oleh notasi "X", yang terdiri dari:

2. Variabel dependen

Dalam penelitian ini, Variabel dependen atau sering disebut variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen disebut sebagai variabel endogen. (Sugiyono, 2015:61).

Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data dari penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi, kuisioner atau angket:

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2017:203) observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Observasi dalam penelitian ini dengan melihat langsung di lapangan tempat penelitian untuk menentukan faktor yang layak didukung dengan adanya wawancara dan kuisioner.

2. Kuisisioner atau angket

Menurut Sugiyono (2011:330) angket atau kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik kuisisioner tertutup yang mana jawaban sudah disediakan oleh peneliti.

Teknis analisis data

1. Uji validitas dan realibilitas

Uji validitas berasal dari kata validity yang berarti kesahihan atau sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya (Sudaryono, 2017: 301). Menurut Sudaryono (2017: 322) uji reliabilitas berasal dari kata reliability yang artinya sejauh mana dapat dipercayanya hasil dari suatu pengukuran.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas mempunyai tujuan untuk mengetahui bahwa data terdistribusi normal dan independen.

3. Uji Regresi Linear Berganda

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

Rumus regresi linear sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

X₁ = Lokasi

X₂ = Harga

X₃ = Makanan

X₄ = Kualitas Pelayanan

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

Untuk pengujian regresi linear berganda dilakukan pengujian asumsi klasik karena variabel independen lebih dari satu, maka harus diuji keindependennya. Artinya hasil uji regresi dari masing-masing independen terhadap variabel dependennya.

4. Uji t dan Uji F

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara parsial atau tidak terhadap variabel dependen.

Uji F dilakkan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat.

PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1
Uji Validitas

No Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	490	0.284	Valid
2	427	0.284	Valid
3	647	0.284	Valid
4	406	0.284	Valid
5	287	0.284	Valid
6	647	0.284	Valid
7	456	0.284	Valid
8	643	0.284	Valid
9	789	0.284	Valid

10	663	0.284	Valid
11	647	0.284	Valid
12	647	0.284	Valid
13	789	0.284	Valid
14	643	0.284	Valid
15	584	0.284	Valid
16	672	0.284	Valid
17	652	0.284	Valid
18	375	0.284	Valid
19	517	0.284	Valid
20	663	0.284	Valid
21	622	0.284	Valid
22	643	0.284	Valid
23	789	0.284	Valid

Sumber: diolah melalui SPSS 23

Data dapat dikatakan valid jika nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} , sedangkan data dikatakan tidak valid jika nilai $r_{hitung} <$ nilai r_{tabel} . r_{tabel} diperoleh dari rumus $df=n-2$ jadi dari 50 responden yang peneliti lakukan yaitu $df= 50 -2 = 48$ jadi r_{tabel} diperoleh sebesar 0.284. Dari hasil pengujian menggunakan SPSS versi 23 di atas, dapat dilihat bahwa 23 data dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2
Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.918	23

Sumber: diolah melalui SPSS 23

Data tabel di atas dapat dilihat di kolom *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai 0,918. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data tersebut reliabel, dikarenakan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari pada nilai r_{tabel} , $0,918 > 0,284$.

Pengujian reliabilitas tersebut bertujuan untuk mengetahui kekonsistenan data atau koesioner yang sudah di sebarakan. Data atau koesioner yang sudah disebarakan sudah sesuai dengan teknik pengambilan data, sehingga dalam pengujian yang dilakukan tersebut hasilnya tetap konsisten.

Uji Normalitas

Tabel 3
Uji Normalitas

One- Sample Kolmogorov- Smirnov es		Unstandardiz Ed Residual
N		50
Normal parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.56960094
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.041
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: diolah melalui SPSS 23

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas menggunakan *One- Sample Kolmogorov- Smirnov Tes* di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan $0,200^{c,d}$ lebih besar dari pada 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji tersebut terdistribusi normal.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4
Uji regresi linear berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1. (Constant)	-2.672	.892	
Lokasi	.179	.055	.168
Harga	.373	.060	.488
KM	.244	.077	.257
KP	.167	.068	.171

Dependent Variabel : Kepuasan pelanggan

Sumber: diolah melalui SPSS 23

Dari hasil tabel 4.11 diatas, menunjukkan hasil nilai koefisien dalam regresi linear berganda. Hasil nilai koefisien yang digunakan terdapat pada kolom B (Unstandardized Coefficient).

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

Berdasarkan hasil nilai regresi linear berganda, didapatkan hasil dari variabel Lokasi (X_1), Harga (X_2), Makanan (X_3), dan Kualitas Pelayanan (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dari penjelasan di atas maka hal tersebut dapat dilihat dalam persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = -2,811 + 0,179 X_1 + 0,381 X_2 + 0,248 X_3 + 0,162 X_4$$

Secara persial (individu) variabel Lokasi (X_1) memiliki nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,179. Artinya jika Lokasi (X_1) naik sebesar 1 satuan sedangkan variabel lain dianggap tetap (konstan), berarti bahwa variabel kepuasan pelanggan mengalami kenaikan sebesar 0,179.

Harga (X_2) memiliki nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,373. Artinya jika Harga naik 1 satuan sedangkan variabel lain dianggap konstan, berarti variabel kepuasan pelanggan mengalami kenaikan sebesar 0,373.

Makanan (X_3) memiliki nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,244. Artinya jika kualitas makanan naik 1 satuan sedangkan variabel lain dianggap konstan, berarti variabel kepuasan pelanggan mengalami kenaikan sebesar 0,244.

Kualitas Pelayanan (X_4) memiliki nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,167. Artinya jika kualitas pelayanan naik 1 satuan sedangkan variabel lain dianggap konstan, berarti variabel kepuasan pelanggan mengalami kenaikan sebesar 0,167.

Uji t dan uji F

Tabel 5
Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.672	.892		-2.995	.004
	LOKASI	.179	.055	.168	3.268	.002
	HARGA	.373	.060	.488	6.209	.000
	MAKANAN	.244	.077	.257	3.184	.003
	K.PELAYANAN	.167	.068	.171	2.449	.018

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: diolah melalui SPSS 23

Dari tabel di halaman sebelumnya dapat dilihat bahwa hasil uji t yaitu sebagai berikut:

1. Hasil Uji t dari variabel lokasi

Dari tabel diatas menunjukkan nilai signifikan variabel lokasi sebesar 0,002, hal ini dapat dikatakan bahwa $\text{sig } 0,002 < 0,05$ yang berarti H_a diterima H_0 ditolak, ini berarti lokasi berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan nilai t_{hitung} dari variabel lokasi sebesar 3,268. Untuk t_{tabel} pada signifikan 0,05 dengan derajat kebebasan ($df = n - k - 1$), $df = 50 - 4 - 1 = 45$, jadi t_{tabel} sebesar 1,679. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,268 > 1,679$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan bahwa lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Hasil uji t dari variabel harga

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel harga sebesar 0,000, hal ini dapat dikatakan bahwa $sig < 0,05$ yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut berarti harga signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan nilai t_{hitung} dari variabel harga sebesar 6,209. Untuk t_{tabel} pada signifikan 0,05 dengan derajat kebebasan ($df = n - k - 1$), $df = 50 - 4 - 1 = 45$, jadi t_{tabel} sebesar 1,679. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,209 > 1,679$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Hasil uji t dari variabel makanan

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel makanan sebesar 0,003, hal ini dapat dikatakan bahwa $sig < 0,05$ yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut berarti makanan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan nilai t_{hitung} dari variabel makanan sebesar 3,184. Untuk t_{tabel} pada signifikan 0,05 dengan derajat kebebasan ($df = n - k - 1$), $df = 50 - 4 - 1 = 45$, maka t_{tabel} sebesar 1,679. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,184 > 1,679$) maka dipastikan H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwa makanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Hasil Uji t dari variabel kualitas pelayanan

Dari tabel di atas menunjukkan nilai signifikan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,018, hal ini dapat dikatakan bahwa $sig < 0,05$ yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut berarti kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan nilai t_{hitung} dari variabel kualitas pelayanan sebesar 2,449. Untuk t_{tabel} pada signifikan 0,05 dengan derajat kebebasan ($df = n - k - 1$), $df = 50 - 4 - 1 = 45$, jadi t_{tabel} sebesar 1,679. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,449 > 1,679$) maka dapat dipastikan H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 6
Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	195.622	4	48.906	138.431	.000 ^b
Residual	15.898	45	.353		
Total	211.520	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), KP, KM, Harga, Lokasi

Sumber: diolah melalui SPSS 23

Dari data di atas menunjukkan hasil uji F dengan nilai signifikan 0,000, hal ini berarti $0,000 < 0,05$ yang dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Jika dilihat dari statistik dengan df regression 4 residual 45, maka diperoleh nilai f tabel sebesar 2,58. Ini artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($138,431 > 2,58$) yang dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel lokasi, harga, makanan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang pergi ke Rumah Makan Bebek Rizky Jalan Raya Suramadu Bangkalan.

Hasil Penelitian

1. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan berkunjung ke Rumah Makan Bebek Rizky Jalan Raya Suramadu Bangkalan.

Nilai t_{hitung} dari variabel lokasi sebesar 3,268. Untuk t_{tabel} pada signifikan 0,05 dengan derajat kebebasan ($df = n - k - 1$), $df = 50 - 4 - 1 = 45$, jadi t_{tabel} sebesar 1,679. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,268 > 1,679$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan berkunjung ke Rumah Makan Bebek Rizky Jalan Raya Suramadu Bangkalan

Nilai t_{hitung} dari variabel harga sebesar 6,209. Untuk t_{tabel} pada signifikan 0,05 dengan derajat kebebasan ($df = n - k - 1$), $df = 50 - 4 - 1 = 45$, jadi t_{tabel} sebesar 1,679. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,209 > 1,679$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh makanan terhadap kepuasan pelanggan berkunjung ke Rumah Makan Bebek Rizky Jalan Raya Suramadu Bangkalan

Nilai t_{hitung} dari variabel makanan sebesar 3,184. Untuk t_{tabel} pada signifikan 0,05 dengan derajat kebebasan ($df = n - k - 1$), $df = 50 - 4 - 1 = 45$, maka t_{tabel} sebesar 1,679. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,184 > 1,679$) maka dipastikan H_a diterima H_0 diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas makanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berkunjung ke Rumah Makan Bebek Rizky Jalan Raya Suramadu Bangkalan.

Nilai t_{hitung} dari variabel kualitas pelayanan sebesar 2,449. Untuk t_{tabel} pada signifikan 0,05 dengan derajat kebebasan ($df = n - k - 1$), $df = 50 - 4 - 1 = 45$, jadi t_{tabel} sebesar 1,679. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,449 > 1,679$) maka dapat dipastikan H_a diterima H_0 diterima. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sesuai dengan teori Kotler (2011) menyatakan bahwa Kualitas pelayanan perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Karena secara tidak langsung pelanggan yang puas akan mengulangi proses pengunjungan atau pembelian ulang kepada penyedia barang dan jasa yang mampu memberikan kepuasan konsumen.

Pengaruh lokasi, harga, makanan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berkunjung ke Rumah Makan Bebek Rizky Jalan Raya Suramadu Bangkalan.

Nilai F tabel sebesar 2,58. Ini artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($138,431 > 2,58$) yang dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel lokasi, harga, makanan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang pergi ke Rumah Makan Bebek Rizky Jalan Raya Suramadu Bangkalan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, yaitu tentang Pengaruh Lokasi, Harga, Makanan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Bebek Rizky Jalan Raya Suramadu Bangkalan, dapat disimpulkan bahwa :

- a. Berdasarkan hasil nilai t didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,268 > 1,679$) maka dapat dipastikan H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Berdasarkan hasil nilai t didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,209 > 1,679$) maka dapat dipastikan H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya bahwa harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Berdasarkan hasil nilai t dapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,184 > 1,679$) maka dapat dipastikan H_a diterima H_0 ditolak. Artinya bahwa makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- d. Berdasarkan hasil nilai t $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,449 > 1,679$) maka dapat dipastikan H_a diterima H_0 ditolak. Artinya bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- e. Berdasarkan hasil nilai F $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($138,431 > 2,58$) maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel lokasi, harga, makanan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Saran

Di halaman selanjutnya berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, peneliti akan memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Rumah Makan Bebek Rizky

Diharapkan bisa mempertahankan supaya pelanggan ataupun konsumen tetap merasakan kepuasan terhadap Rumah Makan Bebek Rizky Jalan Raya Suramadu Bangkalan, agar memiliki minat untuk berkunjung kembali.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya jika meneliti tentang restoran atau rumah makan untuk memilih variabel Y seperti kepuasan konsumen atau loyalitas konsumen, sehingga hasil dari penelitian sesuai dengan apa yang diharapkan oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Aprih, Santoso dan Sri Widowati. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Dinamika Sosial Budaya. No.2. FE-USM. Halaman 179-190.
- Arianto, N. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Mengunkan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor*. 1(2), 83–101.
- Assauri, Sofjan. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Buchori, Alma. (2011). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kesembilan, Alfabeth, Bandung.
- Daryanto. 2013 *Sari Manajemen Pemasaran (cetakan 2)*. Bandung. perbit;; PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi
- Fitzsimmons, A. James., Fitzsimmons, J. Mona and Bordoloi, K. Sanjeev. (2014). *Sevice Management, Eighth Edition*. New York: The McGraw-Hill.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*. Badan Universitas Diponegoro: Semarang
- Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta : Gava Media.
- Heizer, Jay and Render, Barry. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan Dan Rantai Pasokan, Edisi 11*, Salemba Empat, Jakarta.
- Ivyanno U. Canny, “*Measuring the Mediating Role of Dining Experience Attributes on Customer Satisfaction and Its Impact on Behavioral Intentions of Casual Dining Restaurant in Jakarta*”, *International Journal of Innovation, Management and Technology*, Vol. 5, No. 1, 2014, p. 25
- Kasmir. 2014. *Manajemen Perbankan, Edisi Revisi*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. Dan Armstrong, Gary. (2011). 10th Edition. “*Marketing An Introduction*”. Indonesia: Perason
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lisdayanti, (2018) *.Pengaruh Kualitas Pelayanan Trhradap Kepuasan Konsumen taxi Online (Grab Car) Di Makassar*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammmadiyah Makassar
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua*. Salemba Empat, Jakarta.
- Margaretha S. & Edwin Japarianto (2012). *Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image terhadap Keputusan Pembeli Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo*. Jurnal Manajemen Pemasaran
- Mariatun, I. L. (2017). *Pengaruh Saluran Distribusi, Harga Dan Promosi Terhadap Penjualan Pada Home Industri Tempe Putra KI Kecamatan Socah Tahun 2016*. Eco-Socio: Jurnal ilmu dan pendidikan Ekonomi, 1 (1), 31-44.
- Munawaroh, Munjiati. (2013). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta. LP3M UMY
- Nandya Putri Paramita, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai yang Dipersepsikan terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Nita Perilaku (Studi Kasus pada Rocket Chicken Cabang Pamularsih Semarang)*, 2014, p. 4
- Oentoro, Deliyanti. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: laksBang PRESSindo.

- Peter, Pual J dan C Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 2. Edisi 9. Salemba Empat. Jakarta.
- Potter, Norman N, and Joseph H. Hotchkiss. 2012. *Food Science 5th Edition*. New York : Chapman & Hall.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit And
- Schiffman, I.G. dan Kanuk, Leslie L. 2013. *Consumer Behavior. 8th edition*. New Jersey: Prentice Hall. Stanton, William J. 2012. Prins
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeth.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Sugiono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management. Mewujudkan Layanan Prima Edisi II*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Utami, Christina Whidya, 2017. *Manajemen Ritel. Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- V. Wiratna Sujat Weni, Lila Retnani Utami. (2015). *Analisis Dampak Pembiayaan Dana Bergulir KUR (Kredit Usaha Rakyat) Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta)*. Universitas Respati Yogyakarta
- <https://www.sehatq.com/artikel/zat-makanan-yang-dibutuhkan-oleh-tubuh-anda>