**Jurnal Ekonomi Manajemen (EKMAN)**
**Vol. X, No. X, XXXXXX XXXX**
**p-ISSN : - | e-ISSN : -**
**https://ekman.fakultasekonomiunikaltar.ac.id/index.php/Ekma/index**

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

**(Studi Kasus Pada *Rumah Makan Cendana Fried Chicken*)**

**Yuliansyah[1)], Dian Herawati[2)]**
[1)] Universitas Kaltara/Fakultas Ekonomi/Manajemen
[2)] Universitas Kaltara/Fakultas Ekonomi/Manajemen

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Wilayah Tanjung Selor, pengaruh pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada *Rumah Makan Cendana Fried Chiken* dan pengaruh harga terhadap kepuasan Konsumen pada *Rumah Makan Cendana Fried Chiken* di Wilayah Tanjung Selor. Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Cendana Fried Chiken di Tanjung Selor yang merupakan para pengguna aktif atau pernah belanja di Cendana Fried Chiken. Jumlah responden yang diteliti adalah sebanyak 50 responden. Pengumpulan data berupa kuisioner, teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah SPSS versi 23. Hasil penelitian ini adalah, pertama, bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Cendana Fried Chiken*, dimana diperoleh nilai Sig 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) dan thitung sebesar 0,832 yang lebih besar dari t-tabel (2,850 > 1,838). Kedua, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *rumah makan cendana fried chiken* dimana diperoleh nilai Sig 0,050 = 0,05 dan thitung sebesar 1,986 yang lebih besar dari ttabel (1,986 ≥ 1,98498). Ketiga, harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *cendana fried chiken*, dimana diperoleh nilai Sig 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) dan thitung sebesar 5,858 yang lebih besar dari t-tabel (5,585 >1,98498).

**Kata kunci** : Kepuasan Konsumen, Harga, Lokasi pada Kepuasan Konsumen.

## 1. PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam memasrkan produknya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Selain menu yang beragam, fasilitas juga diperhatikan oleh pemilik rumah makan ini.Terdapat beberapa pilihan rumah makan yang ada disekitar Cendana Fried Chicken, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai kepada keputusan memilih rumah makan tertentu. Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas pelayanan, harga serta lokasi yang ada di rumah makan, oleh karena itu berhasil tidaknya rumah

makan dalam berkomunikasi dengan para pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan yang terbaik, harga yang terjangkau dan lokasi yang mudah dijangkau pula. tentang tempat atau lokasi yang ada di Cendana Fried Chiken apakah strategis atau tidak, ternyata lebih sedikit yang mengatakan tidak strategis karena sulit di jangaku dikarenakan jauh dari rumah konsumen, hanya sekitar 5% yang mengatkan tidak strategis. Rumah makan ini beroprasi setiap hari dari pukul 06:30 pagi sampai dengan 22:00 malam, biasanya rumah makan ini juga sering di boking dari kalangan masyarakat menengah dan atas untuk merayakan hari jadi seseorang atau acara ulang tahun.

Berikut adalah hasil observasi awal yang dilakukan peneliti terhadap 20 pengunjung Cendana Fried Chiken. Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan di Cendana Fried Chiken tentang lokasi, dari gambar di atas yang menatakan Tidak Setuju ada 5% mengatakan dan yang mengatakan Sangat Setuju ada 75% dapat dilihat bahwa pengunjung mengatakan lokasi yang ada di Cendana Fried Chiken Mudah Di jangkau atau baik. Dalam penelitian ini peneliti juga melakukan observasi awal pada pengamatan tentang kualitas pelayanan, harga, lokasi atau tempat dilakukan melalui wawancara ke 20 responden secara acak terhadap para pengunjung Cendana Fried Chicken di Tanjung Selor atau yang pernah membeli makanan Cendana Fried Chicken di Tanjung Selor. Setiap responden ditanya mengenai tanggapan tentang kualitas pelayanan. Maka hasil observasi awal yang dilakukan untuk mencari tahu tingkat kualitas pelayanan,harga,dan lokasi atau tempat. yang diwawancarai kepada 20 responden mengatakan kualitas pelayanan Cendana Fried Chicken di Tanjung Selor baik. Dari uraian di atas, bahwa kualitas pelayanan, harga, dan lokasi atau tempat mempunyai peranan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran tidak hanya menjual barang atau memasangkan adventasi terhadap barang agar laku terjual, ini hanya sebagian kecil pemasaran. Pemasaran meliputi perumusan jenis produk yang diinginkan oleh konsumen, perhitungan berapa banyak kebutuhan akan produk itu, bagaimana cara menyalurkan produk tersebut kepada konsumen, seberapa tinggi seharusnya harga yang ditetapkan terhadap produk tersebut yang cocok dengan kondisi konsumen, bagaimana cara promosi untuk mengkomunikasikan produk tersebut kepada konsumen, serta bagaimana mengatasi kondisi persaingan yang dihadapi oleh pengusaha.

Kotler dan Amstrong dalam Bayu Triyanto (2014:11) bahwa pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelangaan/konsumen dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.Dari definisi para ahli diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dari individu dan kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, penawaran dan pertukaran nilai produk

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Instrumen Penelitian

Uji instrumen atau uji kualitas data merupakan serangkaian pengujian apakah data-data atau pertanyaan yang

ditanyakan secara langsung dan akan diajukan kepada responden telah relevan dengan yang dibutuhkan, sehingga dapat dilakukan untuk menarik suatu kesimpulan menurut Gujarati, dalam (Danang Sunyoto, 2011). Adapun uji instrumen dalam penelitian ini meliputi:

**Uji validitas** diperlukan untuk menguji keabsahan instrument penelitian sehingga dapat digunakan untuk alat menggali data pada saat melakukan penelitian. Metode yang digunakan yaitu dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh dari setiap item dengan skor total setiap atribut. Teknik korelasi yang digunakan yaitu *pearson product moment correlation* :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Perhitungan uji validitas dari variabel X1, X2, X3 dan Y tersebut, akan dilakukan dengan bantuan SPSS versi 16. Adapun kriteria penilaian uji validitas yaitu :

1. Apabila r hitung > r table (pada taraf signifikasi 0,05), maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila r hitung < r table (pada taraf signifikasi 0,05), maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut tidak valid. Sofyan Siregar dalam Lenggang Kurnia Intan Devi (2019:50).

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih.Dalam setiap penelitian, adanya kesalahan pengukuran ini cukup besar. Oleh sebab itu, untuk mengetahui hasil pengukuran yang sebenarnya, kesalahan pengukuran sangat perlu diperhitungkan. Pengujian reliabilitas terhadap seluruh item atau pernyataan dalam penelitian ini akan menggunakan rumuskoefisien *Cronbach Alpha*.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk menguji secara bersama-sama ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dengan menggunakan uji F. apabila persamaan regresi secara keseluruhan merupakan perindikator yang akurat maka dapat disimpulkan bahwa variable – variable independen secara simultan berpengaruh signfikan erhadap Variable dependen.

**Tabel 1**

**Hasil Uji Pengaruh (Uji F)**

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 163,783 | 3 | 54,594 | 14,540 | ,000[b] |
| | Residual | 172,717 | 46 | 3,755 | | |
| | Total | 336,500 | 49 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

*Sumber : Data Primer diolah melalui SPSS versi 23, 2021*

Dari table diatas, diperoleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai Sig < 0,05 (0,000 < 0,05), maka keputusannya adalah model regresi dapat dipakai untuk mempredeksi Kepuasan Konsumen.

Dari tabel di atas di ketahui nilai dari F hitung yaitu 14.540 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000 < 0,05 oleh karna itu model regresi dapat dipakai untuk mempredeksi Kepuasan Konsumen. Secara simultan Motivasi Kerja & Disiplin Kerja berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Lokasi secara persial ataupun individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Kepuasan Konsumen(Y).

**Tabel 2**

**Hasil Uji Pengaruh Persial (Uji t)**

**Coefficients[a]**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | 5,211 | 2,342 | | 2,22 | ,031 | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| (Constant) | | | | 5 | | | |
| Kualitas Pelayanan (X1) | ,151 | ,053 | ,408 | 2,850 | ,007 | ,544 | 1,838 |
| Harga (X2) | ,135 | ,063 | ,302 | 2,153 | ,037 | ,568 | 1,760 |
| Lokasi (X3) | ,056 | ,041 | ,149 | 1,361 | ,180 | ,934 | 1,071 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

*Sumber : Data Primer diolah melalui SPSS versi 23, 2021*

Pengaruh dari masing-masing variabel dapat dijelaskan seagai berikut :

1. Uji Hipotesis I ( Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen).
   Adapun Hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu :

   H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

   H0 : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhapat Kepuasan Konsumen.

   Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai signifikasi variabel Kualitas Pelayann 2,850 dan thitung pada table hasil uji t *coefficients* sebesar 0.832 yang dimana 0.007 < 0,05 Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayani (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Uji Hipotesis II ( Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen) Adapun Hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu :
   H1 : Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

   H0 : Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhapat Kepuasan Konsumen.

   Dari tabel diatas, diketahui nilai signifikasi variabel Kualitas Pelayann 2,153 dan thitung pada table hasil uji t *coefficients* sebesar 0.832 yang dimana

0.037 < 0,05 Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X2) Tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

3. Uji Hipotesis III ( Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen) Adapun Hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu :

   $H_1$ : Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

   $H_0$ : Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhapat Kepuasan Konsumen.

   Dengan melihat tabel diatas, diketahui nilai signifikasi variabel Kualitas Pelayann 1.361 dan $t_{hitung}$pada table hasil uji t *coefficients* sebesar 0.832 yang dimana 0.180 < 0,05 Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi (X3) Tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

## 5. PENUTUP

Berdasarkan hasil data yang telah diolah dan dikemukakan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Diketahui nilai signifikasi variabel Kualitas Pelayann 2,850 dan $t_{hitung}$ pada table hasil uji t *coefficients* sebesar 0.832 yang dimana 0.007 < 0,05 Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayani (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Diketahui nilai signifikasi variabel Kualitas Pelayann 2,153 dan $t_{hitung}$ pada table hasil uji t *coefficients* sebesar 0.832 yang dimana 0.037 < 0,05 Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X2) Tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Diketahui nilai signifikasi variabel Kualitas Pelayann 1.361 dan $t_{hitung}$pada table hasil uji t *coefficients* sebesar 0.832 yang dimana 0.180 < 0,05 Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi (X3) Tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

Danang, Sunyoto. 2o12. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Buku seru.

Daryanto (2011). *Manajemen Pemasaran* : Sari Kuliah, (Cet.1). bandung: Satu Nusa.

Djarwanto, dan Subagyo, Pangestu. 2000. Statistik Induktif (edisi 4). Yogyakart: BPEE

Fandy Tjiptono, 2008. Strategi Pemasaran.Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset. Fandy Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa. Andi: Yogyakarta.

Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4: andi

Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariabel Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Jauhari Tontowi, Arif 2016. Buku Ajar Manajemen oprasional I. Surabaya: PustakaRadja.

Johan C. Mowen, Michael Minor. 2002, *Perilaku Konsumen* (jilid 1), Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta, hal 312

Kotler dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing*, 12th Editon, Pearson Education Limited.

Kotler, Keller, 2012. *Marketing Managemet*, 14 th, Person Education. Kotler, 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid I.prenhalindo. jakarta.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13.Jilid I. Jakarta: Eelangga

Kotler, p. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12.Jakarta: Erlangga.

Lina Sari Situmeang. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Istina Hotpate Medan. (skripsi). Universitas Negeri Sumatera Utara. Medan.

Mursid. 2015. *Pengembangan pembelajaran PAUD.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Silaen, Sofar, 2018 Metodologi Penelitian Solusi Untuk Penulisan Skripsi Tesis Bandung: In Media.

Sugiyono, 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiono, 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.

Sunyoto, Danang 2011 Analisis Regresi dan Uji Hipotesis Jakarta: CAPS. Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. Pemasaran Strategi. Yogyakarta.