ANALISIS PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA QUICK CHICKEN JADI BARU KEBUMEN

NGATININGSIH
STIE PUTRA BANGSA KEBUMEN

ABSTRACT

The problems raised in this study are Analysis of the Effect of location, price, and product quality on customer satisfaction on Quick Chicken in Jadi Baru Kebumen, with the aim to find out how much influence the location, price, and product quality on customer satisfaction on Quick Chicken in Jadi Baru Kebumen partially or simultaneously. Data samples taken in this study are consumers in Quick Chicken in Jadi Baru Kebumen, which numbered 100 as respondents. The instrument or data collection tool in this study was to use a questionnaire / questionnaire. Data analysis tools used in this study are using multiple linear regression analysis. Data analysis techniques used include qualitative analysis and quantitative analysis consisting of validity, reliability, t-test, F-test, multiple linear regression analysis (Likert scale). Data were analyzed with the help of the SPSS Release 22 for Windows program. From the results of the first hypothesis proving that location partially has a significant effect on customer satisfaction. From the results of the second hypothesis that the price partially has a significant effect on customer satisfaction. From the results of the third hypothesis that the product quality partially has a significant effect on customer satisfaction. From the results of the fourth hypothesis the location, price, and product quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Location, Price, Product Quality, Consumer Satisfaction, Multiple Linear Regression Analysis.

ABSTRACK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah Analisis Pengaruh lokasi, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen secara parsial maupun simultan. Data sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu konsumen pada Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen yang berjumlah 100 sebagai responden. Instrumen atau alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan angket/kuesioner. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda.. Teknik analisis data yang digunakan antara lain analisis kualitatif dan analisis kuantitatif yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji F, analisis regresi linier berganda (*skala likert*). Data dianalisis dengan bantuan *program SPSS Release 22 for Windows*. Dari hasil hasil pembuktian hipotesis pertama bahwa lokasi secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil hipotesis ke dua bahwa harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil pembuktian hipotesis ketiga bahwa kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil hipotesis keempat lokasi, harga, dan kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Lokasi, Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Analisis Regresi Linier Berganda.

Latar Belakang Masalah

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya, (Kotler, 2001:46). Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, Pelanggan akan merasakan puas apabila harapan dari pelanggan dapat terpenuhi. Pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya (Margaretha, 2004). Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibanding kompetitor-kompetitor yang ada.

Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan karena hanya dengan makan manusia dapat melangsungkan hidupnya. Setiap orang dalam menikmati hidangan atau makanan, memiliki cara yang berbeda untuk memenuhinya. Sebagian konsumen ada yang beranggapan dari pada makan-makanan yang mewah serta mahal, lebih baik memilih makanan yang biasa tetapi cukup lezat sesuai dengan selera mereka.

Fenomena ini menjadi peluang bagi para pebisnis yang berorientasi pada usaha kuliner untuk berlomba-lomba mendirikan bisnis usaha makanan untuk memenuhi keinginan konsumen. Masing-masing pengusaha makanan kuliner menawarkan menu dengan ciri khas masing-masing serta menampilkan keunggulan produknya. Setiap pengusaha tentunya mengharapkan agar konsumen puas terhadap produk yang ditawarkan, maka dibutuhkan adanya yang penetapan harga yang kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing, lokasi yang setrategi mudah dijangkau dan kualitas produk yang bermutu yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Konsumen sebagai penikmat kuliner tentunya akan mempertimbangkan aspek harga, lokasi, dan kualitas produk yang memuaskan, sehingga setelah konsumen merasa puas karena apa yang diharapkan konsumen dapat terpenuhi. Hana Kebab yang terlatak di depan asrama polisi Kebumen misalnya, sebagai salah satu produk makanan kuliner yang menawarkan berbagai macam variasi produk makanannya dengan kualitas produk dan cita rasa yang bervariasi dan cukup memuaskan. Hana Kebab merupakan salah satu usaha kuliner yang memiliki keunggulan dengan banyak pilihan menu yang diinginkan oleh konsumen.

Salah satu usaha kuliner di Kebumen yang menyediakan menu andalan ayam goreng adalah Quick Chicken, dimana usaha tersebut saat ini mempunyai 3 (tiga) cabang yang terletak di Jl. Pahlawan No 106 Kebumen (sebelah barat Alun-alun Kebumen), di komplek Toserba Jadi Baru Jl. Kusuma No 7 Kebumen dan di Jl. Raya Prembun No 159

Omset penjualan diketahui bahwa terjadi fluktuasi di setiap bulan. Permasalahan yang menyebabkan terjadinya hal ini adalah karena adanya situasi-situasi dimana pada bulan-bulan tertentu terjadi pembelian yang cukup besar. Pada bulan April - Juni 2019 quick chicken yang terletak di jadi baru Kebumen mengalami penurunan jumlah pembelian, pada bulan selanjutnya mengalami kenaikan yang cukup signifikan

Kondisi tersebut membuat pemilik quick chicken harus berusaha mengembalikan tingkat kepercayaan dan meningkatkan kembali volume penjualan. Lokasi, harga, dan kualitas produk sangatlah berkaitan erat untuk mempengaruhi kepuasan konsumen. Banyak faktor yang mempengaruhi permasalahan tersebut salah satunya banyaknya pesaing usaha kuliner serupa. Berikut ini adalah beberapa pesaing rumah makan Quick Chicken Jadi Baru Kebumen.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka

dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **"Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk, Terhadap Kepuasan Konsumen, Pada Quick Chicken Jadi Baru Kebumen.**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini adalah

1. Bagaimana pengaruh secara parsial lokasi terhadap kepuasan konsumen Quick Chicken Jadi Baru Kebumen?
2. Bagaimana pengaruh secara parsial harga terhadap kepuasan konsumen Quick Chicken Jadi Baru Kebumen?
3. Bagaimana pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Quick Chicken Jadi Baru Kebumen?
4. Bagaimana pengaruh secara simultan lokasi, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Quick Chicken Jadi Baru Kebumen?

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Quick Chicken Kebumen.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Quick Chicken Kebumen.
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Quick Chicken Kebumen.
4. Mengetahui pengaruh lokasi, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Quick Chicken Kebumen.

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya Manajemen Pemasaran terutama bagi akademisi yang ingin menganalisis pengaruh lokasi, harga dan kualitas produk, terhadap kepuasan konsumen.

Bagi peneliti, sebagai wahana latihan pengembangan kemampuan dan penerapan teori yang diperoleh dalam perkuliahan.

Sebagai masukan dan pertimbangan bagi pihak manajemen rumah makan Quick Chicken Kebumen dalam mengembangkan strategi menghadapi persaingan, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang.

Landasan Teori

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya, (Kotler, 2001 : 46). Menurut Philip Kotler (1997: 36), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang diharapkan.

Kinerja

Indikator yang akan digunakan mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh selnes (1993), Goodman (1995) dan Geykens (1999). Selanjutnya beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan adalah :

1. Rasa senang
   Rasa senang menunjukan sejauh mana para pelanggan tersebut merasa senang dengan pengalaman transaksinya.
2. Kepuasan terhadap layanan
   Kepuasan terhadap layanan menunjukan sejauh mana para pelanggan merasa puas dengan pelayanan transaksinya.
3. Kepuasan terhadap sistem pelayanan
   Kepuasan terhadap sistem pelayanan menunjukan sejauh mana kecepatan dan kemudahan sistem transaksi yang disediakan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya.
4. Kepuasan *financial*
   Kepuasan *financial* adalh kepuasan pelanggan atau konsumen secara *financial* meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan selama menggunakan jasa pelayanan tersebut.

Lokasi

Lokasi adalah posisi suatu tempat, benda, peristiwa dipermukaan bumi dalam hubungannya dengan tempat, benda, peristiwa lain. (Maryani, 2009; 16). Komponen lokasi terdiri atas arah dan jarak.

Arah menunjukkan posisi suatu tempat dibandingkan dengan tempat lain, sedangkan jarak adalah ukurannya jauh atau dekatnya dua benda atau gejala tersebut. Arah suatu tempat bersifat relatif, demikian pula dengan jarak relatif.Arah dan jarak menentukan intensitas hubungan dua tempat.

Lokasi dapat didefinisikan sebagai tempat bagi perusahaan untuk melaksanakan kegiatan atau usaha sehari-hari.Indikator-indikator dari variabel ini adalah (Tjiptono, 2006):

1. Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas, menyangkut dua pertimbangan utama, yaitu:

a. Banyak orang yang berlalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya impulse buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan atau tanpa perencanaan.
b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan.

4. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
7. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing, dalam menentukan lokasi sebuah usaha perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah tersebut telah terdapatbanyak usaha yang sejenis atau tidak.
8. Peraturan Pemerintah yang berisi ketentuan untuk mengatur lokasi dari sebuah usaha-usaha tertentu, misalnya bengkel kendaraan bermotor dilarang berlokasi yang terlalu berdekatan dengan tempat ibadah.

Harga

Menurut Kotler & Amstrong (2006: 48) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Indikator yang mencerminkan harga menurut (Stanton, 1998) yaitu :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

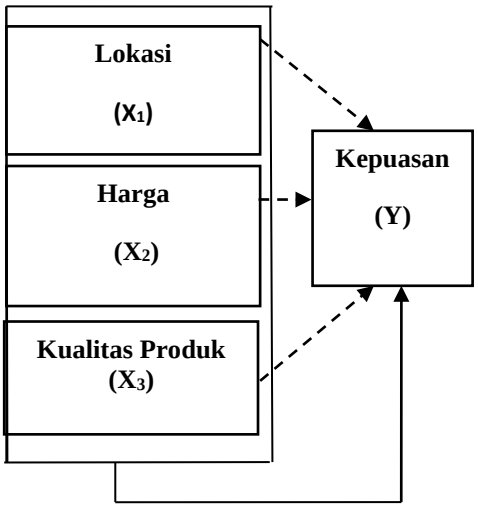
Kualitas Produk

Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program "*Total Quality Manajemen"* (*TQM*). Selain mengurangi kerusakan produk, tujuan produk kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai pelanggan, Kotler dan Amstrong (2001:345). Sedangkan menurut Lovelock dalam Tjiptono (2006:229) mendefinisikan kualitas sebagai tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

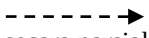
Kualitas memiliki beberapa dimensi, paling tidak terdapat enam dimensi dari kualitas produk yang perlu diperhatikan oleh setiap produsen yang ingin mengejar kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk (Irawan, 2003:45). Dari dimensi tersebut maka dapat diambil sebagai indikator yaitu :

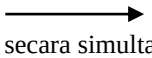
1. *Performance* (kinerja)
2. *Reliability* (kehandalan)
3. *Feature* (fitur)
4. *Durability* (keawetan atau daya tahan)
5. *Conformance* (kesesuaian)
6. *Design* (desain)

Model Empiris



Keterangan :

 : Hubungan secara parsial

 : Hubungan secara simultan

Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesi pada penelitian ini :

H1 : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Quick Chicken Kebumen.

H2 : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Quick Chicken Kebumen..

H3 : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Quick Chicken Kebumen..

H4 : Lokasi, harga, kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Quick Chicken Kebumen.

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:61). Dalam penelitian ini, yang akan menjadi populasinya konsumen Quick Chicken Kebumen.

Dalam suatu penelitian, peneliti tidak perlu meneliti semua populasi karena akan memerlukan waktu, biaya dan tenaga besar. Menurut Sugiyono (2010) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen Hanna Kebab Kebumen.

Jenis dan Sumber Data Data .

1. Jenis Data
   a. Data kualitatif, bersifat tidak terstruktur, dikumpulkan dengan menggunakan metode wawancara, diskusi grup terfokus dan teknik proyeksi.
   b. Data kuantitatif, bersifat terstruktur yang memungkinkan peneliti mengubah data semula menjadi data berwujud angka. Data dikumpulkan dengan metode survey atau kuesioner, observasi dan eksperimen.
2. Sumber Data
   a. Data Primer adalah data asli yang peneliti dapatkan langsung dari responden.
   b. Data Sekunder adalah data yang diperoleh melalui studi kepustakaan, literatur, arsip, dokumen, peraturan dan kebijakan. Berdasarkan sumbernya

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dimaksud untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan dan akurat melalui :

a. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.
b. Kuesioner yaitu dengan membuat sejumlah daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan diajukan kepada responden. Jawaban setiap item instrument menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sengat positif sampai sangat negatif, Sugiyono,(2008 : 143).
   1.Sangat Setuju skor = 4
   2.Setuju skor = 3
   3.Tidak Setuju skor = 2
   4.Sangat Tidak Setuju skor = 1
c. Studi Pustaka, yaitu dengan mengambil teori-teori yang ada pada literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Dalam perhitungan pengolahan data regresi linier berganda peneliti mempergunakan alat bantu yang berupa program aplikasi komputer yaitu *SPSS for windows* versi 23

Hasil Analisis Dan Pembahasan

Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil dari perhitungan dengan menggunakan bantuan program

SPSS maka diketahui hasil uji t regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$Y= 0{,}128+0{,}192X_1+0{,}317X_2+0{,}210\ X_3+€_1$

1. Konstanta (a) = 0,128
   Artinya apabila variabel lokasi, harga, dan kualitas produk dianggap konstan maka kepuasan sebesar 0,128.
2. Variabel independen
   a. b1 = 0,192
      Koefisien regresi untuk variabel lokasi (X_1) sebesar 0,192, artinya jika lokasi meningkat satu satuan, maka kepuasan (Y) akan meningkat sebesar 0,192 satuan.
   b. b2 = 0,317
      Koefisien regresi untuk variabel harga (X_2) sebesar 0,317, artinya jika harga meningkat satu satuan, maka kepuasan (Y) akan meningkat sebesar 0,317 satuan
   c. b3 = 0,210
      Koefisien regresi untuk variabel kualias produk (X_3) sebesar 0,210, artinya jika kualitas produk meningkat satu satuan, maka kepuasan (Y) akan meningkat sebesar 0,210 satuan

Uji Hipotesis

a. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan
   Berdasarkan analisis untuk variabel lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan, karena nilai t_{hitung}sebesar 3,449>t_{tabel} sebesar 1,985. Besarnya pengaruh lokasi terhadap Kepuasan 0,192 atau 19,2%. Hal ini berarti semakin baik lokasi dalam sebuah wirausaha maka semakin baik juga kepuasan konsumen, artinya bahwa peran lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
b. Penngaruh Harga terhadap Kepuasan
   Berdasarkan analisis untuk variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan, karena nilai t_{hitung}sebesar 3,529>t_{tabel} sebesar 1,985. Besarnya pengaruh harga terhadap kepuasan 0,317 atau 31,7%. Hal ini berarti semakin baiknya harga dalam wirausaha, maka semakin baik juga kepuasan konsumen, artinya bahwa peran harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
c. Penngaruh Kualitas Produk terhadap
   Berdasarkan analisis untuk variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan, karena nilai t_{hitung}sebesar 2,330>t_{tabel} sebesar 1,985. Besarnya pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan 0,210 atau 21,0%. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk dalam sebuah wirausaha, maka semakin baik juga tingkat kepuasan konsumen, artinya bahwa peran kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan
d. Berdasarkan analisis diperoleh F_{hitung}
   Berdasarkan analisis diperoleh F_{hitung} sebesar 12,863 dengan tingkat signifikansi 0.000, karena probabilitas 0.000 jauh lebih kecil dari 0,05, maka bisa dikatakan bahwa variabel lokasi (X_1), harga (X_2), dan kualitas produk (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) secara simultan

Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi R Square diperoleh 0,264 artinya 26,4% kepuasan di pengaruhi oleh variabel lokasi, harga, dan kualitas produk, sedangkan sisanya 73,6% (100%-26,4%) disebabkan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Simpulan

a. Lokasi mempunyai pengaruh yang signnifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen. Artinya peran lokasi dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen, dengan dibuktikannya hasil diatas, bahwa lokasi yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen pada rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen, begitu juga sebaliknya lokasi yang kurang baik akan berakibat pada penurunan tingkat kepuasan konsumen.
b. Harga mempunyai pengaruh yang signnifikan terhadap kepuaan

konsumen pada rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen. Harga disini yaitu harga yang terjangkau, harga yang sesuai dengan yang didapatkan. Artinya peran harga dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen, dengan dibuktikannya hasil diatas, bahwa harga yang terjangkau akan berdampak pada kepuasan konsumen pada rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen begitu juga sebaliknya harga yang mahal akan berakibat pada penurunan tingkat kepuasan konsumen.

c. Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang signnifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen. Artinya peran kualitas produk dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Blambangan Kebumen, dengan dibuktikannya hasil diatas, bahwa kualitas produk yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen, begitu juga sebaliknya kualitas produk yang kurang baik akan berakibat pada penurunan tingkat kepuasan konsumen.
d. Lokasi, harga, dan kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen. Artinya peran ketiga variabel tersebut dalam penelitian ini sangat penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen.
e. Berdasarkan hasil analisis variabel lokasi, harga, dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen. Variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen yaitu variabel harga, variabel yang berpengaruh kedua yaitu kualitas produk dan variabel yang berpengaruh paling kecil yaitu lokasi.

Keterbatasan

1. Penelitian ini hanya terbatas pada variabel lokasi, harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen pada Rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen.
2. Variabel yang diteliti masih dirasa belum cukup untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga untuk penelitian lebih lanjut perlu menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kualitas pelayanan, tempat, promosi, dan lain-lain.

Implikasi

Saran yang dapat disampaikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

Implikasi Praktis

a. Bagi manajemen rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen diharap untuk memperhatikan faktor lokasi pada rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen, karena faktor lokasi yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen. Lokasi yang baik yang strategis, akses parkir nyaman dan mudah akan meningkatkan kepuasan konsumen seperti lokasi yang setrategis lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum, lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal, Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman, tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
b. Bagi manajemen rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen diharap untuk memperhatikan faktor harga, karena faktor harga yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen. Harga yang terjangkau, harga yang sesuai dengan apa yang didapatkan oleh konsumen dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen seperti keterjangkauan harga, keseusaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat.

c. Bagi Manajemen rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen diharap untuk memperhatikan faktor kualitas produk pada rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen, karena faktor kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen karyawan pada rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen. Kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen, seperti rasa produk yang enak, bentuk produk yang menarik, ketahanan produk yang lama kinerja atau fungsi utama dari produk, inovasi produk, daya tahan produk, mutu produk, desaign produk.

Implikasi Teoritis

1. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen
   Berdasarkan analisis untuk variabel lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan, karena nilai t_{hitung}sebesar 3,449>t_{tabel} sebesar 1,985. Besarnya pengaruh lokasi terhadap Kepuasan 0,192 atau 19,2%. Hal ini berarti semakin baik lokasi dalam sebuah wirausaha maka semakin baik juga kepuasan konsumen, artinya bahwa peran lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen
   Berdasarkan analisis untuk variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan, karena nilai t_{hitung}sebesar 3,529>t_{tabel} sebesar 1,985. Besarnya pengaruh harga terhadap kepuasan 0,317 atau 31,7%. Hal ini berarti semakin baiknya harga dalam wirausaha, maka semakin baik juga kepuasan konsumen, artinya bahwa peran harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan
   Berdasarkan analisis untuk variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan, karena nilai t_{hitung}sebesar 2,330>t_{tabel} sebesar 1,985. Besarnya pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan 0,210 atau 21,0%. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk dalam sebuah wirausaha, maka semakin baik juga tingkat kepuasan konsumen, artinya bahwa peran kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan
4. Bagi peneliti selanjutnya masih banyak kemungkinan setelah penelitian ini untuk meneliti variabel-variabel lain diluar variabel lokasi, harga, dan kualitas produk yang belum termasuk dalam penelitian ini yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena Nilai koefisien determinasi Adjusted R Square diperoleh 0,264 artinya 26,4% kepuasan di pengaruhi oleh variabel lokasi, harga, dan kualitas produk, sedangkan sisanya 73,6% (100%-26,4%) disebabkan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.
5. Berdasarkan dari hasil questioner jawaban responden dan di uji regresi hasil paling dominan atau paling besar mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu variabel harga dan hasil paling kecil lokasi, pihak pemilik rumah makan Quick Chicken di Jadi Baru Kebumen disarankan untuk lebih memperhatikan tentang harga karena harga dalam penelitian merupakan hasil yang paling dominan.

DAFTAR PUSTAKA

Ali Rahadian Oetomo. 2012.*Analisis Pengaruh Keragaman Menu, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Restoran Warung Taman Singosari Semarang).* Skripsi Sarjana Semarang: Universitas Diponegoro.

Evrina Wardhani 2010, *Analisis pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan studi pada Kedai Digital 23 Semarang.* Skripsi Sarjana Semarang: Universitas Diponegoro.

Fauji Akhmad 2012, *.Analisis Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Nilai Pelanggan dalam*

Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Telkomsel Kebumen. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Kebumen: STIE Putra Bangsa.

Fauzi Azib 2012, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian pada Sepeda Motor Yamaha Mio di Yogyakarta.*Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Kebumen: STIE Putra Bangsa Kebumen.

Indra Firdiyansyah 2017, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam*

Kotler Philip 1988, *Manajemen pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian.* Edisi 6.Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Kotler Philip dan Lane Kevin Keller 2007, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Indeks.

Nasution,M.N 2004, *Manajemen JasaTerpadu.* Jakarta:Ghalia Indonesia.

Novel 2006, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, terhadap Kepuasan Pembeli dan Loyalitas Pembeli dalam Meningkatkan Minata Beli Ulang (Studi Pada Pengisisan Bahan Bakar Umum (SPBU) Jalan Raya Kudus Demak KM.5).*

Niken Agnes Puspitasari 2011, *AnalisisPengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Tehadap Kepuasan Pelanggan untuk Mendorong Minat Beli Ulang (Studi Pada Pengguna Nokia di Semarang).*Skripsi Sarjana Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Oldi Ardhana 2010, *Analisis pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen*. Skripsi Sarjana Semarang: Universitas Diponegoro.

Rayi Endah 2008, *Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen restoran Warung Taman Singosari Semarang.* Skripsi Sarjana Semarang: Universitas Diponegoro.

Simamora Bilson 2004, *RisetPemasaran: Falsafah, Teori dan Aplikasi.* Jakarta: Gramedia.

Sarwono Jonathan 2007, *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis dengan SPSS.*

Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana

.

Swastha Basu, 2002. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono Fandy 2007, *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Bayu Media Publishing.

Yuzza Bayhaqi 2006, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Minat Beli Ulang.* Skripsi Sarjana Universitas Diponegoro.