

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG BAKSO LUMAYAN PAK CIPTO KARANGANYAR

Aditya Nugroho

Program Studi Manajemen S1

Universitas Putra Bangsa

Soekotjo27@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *probability* sampling dengan teknik random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi melalui uji hipotesis dua arah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. Sementara itu, melalui uji simultan didapatkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa faktor kualitas pelayanan, harga dan lokasi adalah variabel yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasa konsumen.

Abstract

This study aims to determine how much influence service quality, price and location have on consumer satisfaction at Warung Bakso Pass Pak Cipto Karanganyar. Sampling in this study using probability sampling with random sampling technique with a total sample of 100 respondents. By using multiple linear regression analysis. The results of this study conclude that the quality of service, price and location through the two-way hypothesis have a significant effect on customer satisfaction at Warung Bakso Pass Pak Cipto Karanganyar. Meanwhile, through a simultaneous test, it was found that the quality of service, price and location together had a significant effect on customer satisfaction at Warung Bakso Pass Pak Cipto Karanganyar. The results of this study indicate that the factors of service quality, price and variables that need to be maintained and improved to increase customer satisfaction at Warung Bakso Pass Pak Cipto Karanganyar.

Keywords: Quality of service, price, location and customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Berkembangnya dunia usaha mewajibkan perusahaan untuk selalu melakukan perbaikan terhadap cara perusahaan melayani konsumen, memberikan fasilitas dan strategi dalam menghadapi persaingan. Banyaknya perusahaan yang menawarkan produk atau jasa membuat para konsumen memiliki banyak pilihan produk dan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka, dalam hal ini setiap perusahaan harus mampu menyediakan produk yang terbaik dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Faktor yang harus diperhatikan apabila perusahaan ingin semakin berkembang adalah dengan menjalin hubungan baik dengan pelanggan yang ada, jangan sampai pelanggan tersebut meninggalkan produk satu dan beralih ke produk lain.

Konsumen sebagai penikmat kuliner tentunya akan mempertimbangkan aspek kualitas pelayanan, harga, dan lokasi pada rumah makan yang disediakan oleh rumah makan yang sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, sehingga setelah konsumen merasa puas dengan apa yang konsumen harapkan, pelanggan akan merekomendasikan ke orang lain dan minat untuk membeli ulang kembali. Usaha kuliner Warung Bakso Lumayan Pak Cipto menyajikan menu makanan kuliner bakso & soto sebagai salah satu produk makanan kuliner dengan kualitas produk dan cita rasa yang cukup memuaskan. Warung Bakso Lumayan Pak Cipto merupakan salah satu usaha kuliner yang memiliki keunggulan dengan cita rasa yang diinginkan oleh konsumen.

Warung Bakso Lumayan Pak Cipto adalah sebuah warung bakso yang terletak di daerah Karanganyar Kabupaten Kebumen dengan desain yang baik di lengkapi dengan tempat yang sejuk dan nyaman serta didukung dengan fasilitas TV dan kipas angin sehingga konsumen bisa merasakan kenyamanan tersendiri. Rumah makan ini menyajikan menu makanan bakso, soto, serta makanan ringan sebagai pelengkap dan berbagai macam minuman. Banyak sekali faktor yang membuat warung Bakso Lumayan Pak Cipto menjadi salah satu tempat yang layak untuk dikunjungi.

Sebagai pelaku bisnis harus mampu memahami perilaku konsumen pada sasaran pasarnya, hal itu karena kelangsungan hidup bisnis sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan individu dalam memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Tjiptono dalam (Anna Fitria dan Imam Hidayat, 2017: 2), strategi pemasaran merupakan alat yang direncanakan dalam kegiatan pemasaran untuk memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli pesaingnya.

Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya Kotler dan Keller dalam donni juni priansah (2017: 196).

Kepuasan konsumen di Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Untuk mengetahui hal diatas, maka peneliti melakukan mini riset terhadap 35 responden melalui wawancara.

Tabel I-1
Hasil Wawancara

Variabel	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
Kualitas pelayanan	15	43%
Harga	10	29%
Lokasi	5	14%
Kualitas produk	5	14%

Sumber: Warung Bakso Lumayan Pak Cipto

Berdasarkan tabel hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Fandy Tjiptono (2014 : 268) definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan, pendapat tersebut didasari oleh hasil penelitian yang dilakukan

oleh Tiyas Windarti dan Mariaty Ibrahim (2017) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donut Madu Cihanjuang Pekanbaru”.

Selanjutnya, faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 439) harga adalah 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. Menurut Yulisetiari Diah (2013 dan 2018) harga berpengaruh pada kepuasan konsumen, hal ini menyiratkan bahwa harga sama dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga pendapat tersebut didasari hasil penelitian yang dilakukan oleh Indah ayu lestari (2015) pada penelitian yang berjudul ”Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen klinik Erhaskin Cirebon”.

Faktor yang tidak kalah penting adalah faktor lokasi usaha. menurut Sunyoto (2015:176), Lokasi diartikan sebagai lokasi yang strategis dimana banyak calon pembeli, dalam artian lokasi ini mudah dijangkau, mudah dilihat konsumen dan lokasi yang banyak dilalui dan dihuni target konsumen yang berpotensi membeli produk atau jasa yang dijual. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha, termasuk usaha warung makan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu lokasi, pendapat tersebut didasari oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2013) pada penelitian yang berjudul “Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen”.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Terhadap Kepuasan Konsumen, (Pada Konsumen Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar)**”.

METODE

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya Kotler dan Keller dalam donni juni priansah

(2017: 196). Perbandingan antara harapan dan kinerja tersebut akan menghasilkan perasaan senang atau kecewa di benak pelanggan. Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014 : 101) indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari:

- a. Kesesuaian Harapan
Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
- b. Minat Berkunjung Kembali
Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
- c. Kesediaan Merekomendasi
Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Ibrahim dalam Hardiyansyah (2011) merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut Menurut Parasuraman, et al dalam Tjiptono (2005 : 288) menyatakan atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi pokok, yaitu:

- a. *Responsiveness* (daya tanggap)
- b. *Reliability* (kehandalan)
- c. *Assurance* (jaminan dan kepastian)
- d. *Empathy* (empati)
- e. *Tangibles* (bukti fisik)

Harga

Harga Menurut Alma (2011:169), adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong terjemahan Sabran (2012:278), ada 4 indikator yang mencirikan harga, yaitu:

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Lokasi

Menurut Heizer & Render (2015) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaannya untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi perusahaan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian

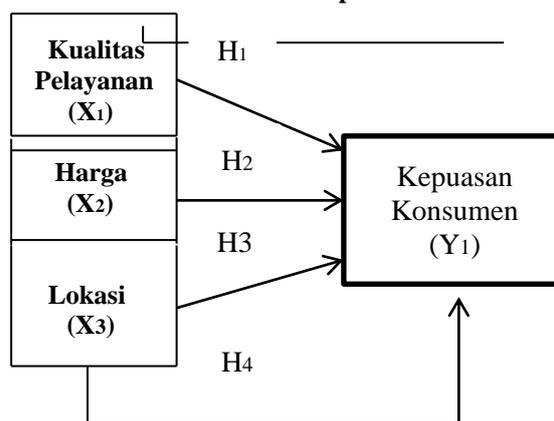
dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda. Lokasi menurut Aprih Santoso dan Sri Yuni Widowati (dalam Gugun,2015:16) dapat didefinisikan sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan atau usaha sehari-hari. Indikator dari variabel lokasi adalah sebagai berikut:

- a. Keterjangkauan.
- b. Kelancaran.
- c. Kedekatan dengan kediamannya.

MODEL EMPIRIS

Berdasarkan pembahasan dan telah pustaka dengan judul “Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada *Cherry Stores* Kebumen” dapat dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar II-1
Model Empiris



Hipotesis

- H1 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar
- H2 : Diduga harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar
- H3 : Diduga lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar
- H1 : Diduga kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar.

Objek dan Subjek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan kepuasan konsumen. Sementara

subyek penelitian adalah konsumen Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar.

Teknik Pengambilan Sampel

Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah random sampling/probability sampling. Menurut Sugiyono (2017:82) *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Alasan penggunaan metode tersebut dikarenakan peneliti ingin mendapatkan informasi yang tepat dengan cara yang praktis (populasi yang banyak dan dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu). Dengan demikian sampel yang digunakan untuk responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang, hal ini dilakukan untuk berjaga-jaga terhadap kemungkinan adanya resiko nilai minimum yang akan didapat.

Alat Analisis Data

Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data yaitu dengan menggunakan kuesioner atau angket. Metode penelitian yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda yang harus memenuhi uji asumsi klasik. Uji hipotesis yang dilakukan menggunakan uji t dan uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan program *SPSS for Windows version 25.0*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sebuah data dikatakan valid apabila nilai signifikansi $<0,05$, dan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Data dapat dikatakan reliabel jika nilai *alpha cronbach* $>0,60$ atau 60%.

Tabel IV-5
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
X1.1	0,772	0,1966	0,000	Valid
X1.2	0,847	0,1966	0,000	Valid
X1.3	0,827	0,1966	0,000	Valid
X1.4	0,820	0,1966	0,000	Valid
X1.5	0,623	0,1966	0,000	Valid

Berdasarkan tabel IV-5 diatas menunjukkan *item* instrumen variabel kualitas pelayanan (X1) dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi $<0,05$ sehingga semua item yang dipakai pada variabel kualitas pelayanan (X1) dinyatakan valid (sah).

Tabel IV-6
Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
X2.1	0,784	0,1966	0,000	Valid
X2.2	0,687	0,1966	0,000	Valid
X2.3	0,602	0,1966	0,000	Valid
X2.4	0,586	0,1966	0,000	Valid

Berdasarkan tabel IV-6 diatas menunjukkan *item* instrumen variabel harga (X2) dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi $<0,05$ sehingga semua item yang dipakai pada variabel harga (X2) dinyatakan valid (sah).

Tabel IV-7
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
X3.1	0,862	0,1966	0,000	Valid
X3.2	0,839	0,1966	0,000	Valid
X3.3	0,516	0,1966	0,000	Valid

Berdasarkan tabel IV-7 diatas menunjukkan *item* instrumen variabel lokasi (X3) dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi $<0,05$ sehingga semua item yang dipakai pada variabel lokasi (X3) dinyatakan valid (sah).

Tabel IV-8
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
Y.1	0,857	0,1966	0,000	Valid
Y.2	0,964	0,1966	0,000	Valid
Y.3	0,951	0,1966	0,000	Valid

Berdasarkan tabel IV-8 diatas menunjukkan *item* instrumen variabel kepuasan konsumen (Y) dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi $<0,05$ sehingga semua item yang dipakai pada variabel kepuasan konsumen (Y) dinyatakan valid (sah).

Tabel IV-9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Batas Penerimaan	Ket
Kualitas pelayanan	0,837	0,60	Reliabel
Harga	0,612	0,60	Reliabel
Lokasi	0,611	0,60	Reliabel

Kepuasan konsumen	0,915	0,60	Reliabel
-------------------	-------	------	----------

Berdasarkan tabel IV-9 diatas dapat dijelaskan bahwa nilai *cronbach alpha* >0,60 sehingga semua variabel dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik
Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali dalam (Yani Dahliani et al, 2020: 1017), untuk mendeteksi model regresi bebas dari multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* >0,1 dan nilai VIF <10.

Tabel IV-10
Hasil Uji Multikolinieritas

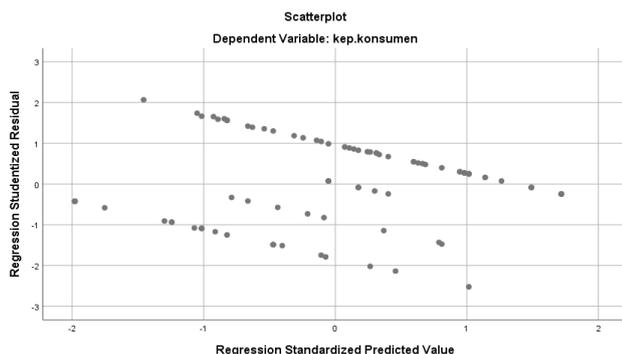
No	Variabel Bebas	Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	0,841	1,189
2	Harga	0,799	1,251
3	Lokasi	0,891	1,122

Berdasarkan tabel IV-10 diatas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* >0,1 dan VIF <10, sehingga model regresi dapat dipakai karena tidak terjadi adanya multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali dalam (Rosdian Widiawati Watung dan Ventje Ilat, 2016:523), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual di satu pengamatan ke pengamatan lain.

Gambar IV-1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



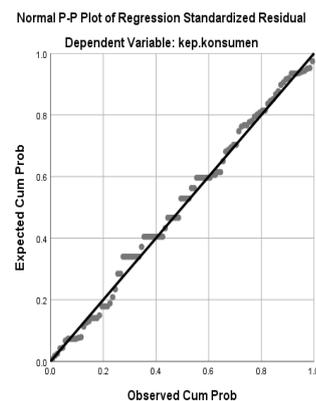
Berdasarkan gambar IV-1 diatas menunjukkan bahwa tidak ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (melebar dan menyempit), tidak terdapat pola yang jelas sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini dapat dipakai karena tidak terjadi

heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Menurut Yani Dahliani et al (2020), uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Suatu model regresi dapat memenuhi asumsi normalitas apabila data menyebar di atas garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Gambar IV-2
Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan gambar IV-2 diatas dapat diketahui bahwa dat menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisa ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan hubungan antara variabel independen (keragaman produk, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) pada *Cherry Stores* Kebumen.

Tabel IV-11
Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,021	1,460		.700	.486
Kualitas pelayanan	.173	.061	.259	2.840	.006
Harga	.267	.090	.277	2.963	.004
Lokasi	.293	.106	.245	2.771	.007

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Berdasarkan tabel IV-11 diatas, maka dapat

dibuat persamaan regresi sebagai berikut:
 $Y = 1,021 + 0,173X_1 + 0,267 X_2 + 0,293X_3$
 Persamaan dapat dijelaskan sebagai berikut:

Keterangan:

- Y : Kepuasan Konsumen
- X₁ : Kualitas Pelayanan
- X₂ : Harga
- X₃ : Lokasi
- a : Konstanta
- b₁ : Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan
- b₂ : Koefisien regresi variabel harga
- b₃ : Koefisien regresi variabel lokasi

Konstanta (a) = 1,021

Artinya jika variabel kualitas pelayanan (X₁), harga (X₂), dan lokasi (X₃) sama dengan nol, maka kepuasan konsumen (Y) akan sebesar 1,021 satuan.

b₁ = 0,173

Koefisien regresi untuk X₁ sebesar 0,173, artinya setiap kenaikan atau bertambahnya satu satuan pada variabel Kualitas Pelayanan akan menaikkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,173 apabila variabel lain nilainya tetap.

b₂ = 0,267

Koefisien regresi untuk X₂ sebesar 0,267, artinya setiap kenaikan atau bertambahnya satu satuan pada variabel Harga akan menaikkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,267, didukung dengan kualitas pelayanan yang baik serta cita rasa bakso yang memuaskan sehingga konsumen tidak berpindah kelain porduk bakso lain, apabila variabel lain nilainya tetap.

b₃ = 0,293

Koefisien regresi untuk X₃ sebesar 0,293, artinya setiap kenaikan atau bertambahnya satu satuan pada variabel lokasi akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,293 apabila variabel lain nilainya tetap.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikan secara parsial pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan, harga dan lokasi) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) dengan tingkat signifikansi $\alpha=0,05$.

Tabel IV-12
Hasil Hipotesis Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	
					B
(Constant)	1,021	1.460	.700	.486	
Kualitas pelayanan	.173	.061	.259	2.840	.006

Harga	.267	.090	.277	2.963	.004
Lokasi	.293	.106	.245	2.771	.007

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

- a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. Hasil t hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan (t = 2,840) lebih besar dari t tabel (t = 1,66088) dengan tingkat signifikansi ($\alpha = 0,006$) lebih kecil dari ($\alpha = 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut maka berarti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar.
- b. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. Hasil t hitung untuk variabel Harga (t = 2,963) dan t tabel (t = 1,66088) dengan tingkat signifikansi (t = 0,004) lebih kecil dari ($\alpha = 0,05$) berdasarkan hasil tersebut maka berarti bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar.
- c. Pengaruh Lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. Hasil t hitung untuk variabel Lokasi yaitu (t = 2.771) lebih besar dari t tabel (t = 1,66088) dengan tingkat signifikansi (t=0,007) lebih kecil dari ($\alpha = 0,05$) berdasarkan hasil tersebut maka berarti Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikansi dari pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan, harga dan lokasi) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen).

Tabel IV-13
Hasil Hipotesis Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	57.244	3	19.081	15.711	.000 ^b
	Residual	116.596	96			
	Total	173.840	99			

a. Dependent Variable: Total Y

b. Predictors: (Constant), Total X3, Total X2, Total X1

Berdasarkan tabel IV-13 diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 15.711 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 dan F_{hitung} sebesar 15.711 > F_{tabel} sebesar 2,70 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan,

harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar secara simultan, maka hipotesis 4 dapat diterima.

Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama atau simultan.

Model	Model Summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.574 ^a	.329	.308	1.102

- a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas pelayanan, Harga.
 b. Dependent variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan Tabel IV-14, nilai koefisien determinasi Adjusted yang diperoleh sebesar 0,308 atau (30,8%). Berdasarkan hasil tersebut berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar sebesar (30,8%) dan sisanya (69,2%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar

Hipotesis pertama diajukan untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa t hitung (2,840) lebih besar dari t tabel (1,66088) dengan tingkat signifikansi (0,006) lebih kecil dari ($\alpha = 0,05$), sehingga hipotesis pertama diterima, yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan (*Responsiveness, Reliability, Assurance, Empathy, Tangibles*) yang diterapkan dan diimplikasikan maka akan semakin baik pula kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar.

Penelitian ini menemukan hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Tiyas Windarty dan Mariaty Ibrahim (2017) yang berjudul “Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk donut madu Cihanjung Pekanbaru” dengan hasil kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas

pelayanan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. Berdasarkan hal ini, perumusan hipotesis pertama yang berbunyi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar” dinyatakan diterima.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar

Hipotesis kedua diajukan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t variabel harga menunjukkan bahwa t hitung (2,963) lebih besar dari t tabel 1.66088 dengan tingkat signifikansi (0,004) lebih kecil dari ($\alpha = 0,05$), sehingga hipotesis kedua diterima, yang berarti bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar.

Hal ini berarti setiap kenaikan atau bertambahnya satu satuan pada variabel Harga akan menaikkan Kepuasan Konsumen, didukung dengan kualitas pelayanan yang baik, terjangkau harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, serta cita rasa bakso yang memuaskan atau kesesuaian harga dengan manfaat sehingga konsumen tidak berpindah ke produk bakso lain. Penelitian ini juga menemukan hasil yang sama seperti penelitian yang dilakukan oleh Rama Joko Darmawan dan Budhi Satrio (2017) yang mengemukakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. Berdasarkan hal ini, perumusan hipotesis kedua yang berbunyi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar” dinyatakan diterima.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar

Hipotesis ketiga diajukan untuk mengetahui lokasi terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t variabel lokasi menunjukkan bahwa t hitung (2,771) lebih besar dari t tabel (1,66088) dengan tingkat signifikansi (0,007) lebih kecil dari ($\alpha = 0,05$), sehingga hipotesis ketiga diterima, yang berarti bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik lokasi usaha (Keterjangkauan, Kelancaran, Kedekatan dengan kediaman) pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar maka semakin besar pula kepuasan konsumen terhadap pembelian pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar.

Penelitian ini menemukan hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Rama Joko Darmawan dan Budhi Satrio (2017). Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. Berdasarkan hal ini, perumusan hipotesis ketiga yang berbunyi “lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar” dinyatakan diterima.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar secara Simultan (Bersama-sama)

Berdasarkan analisis untuk perhitungan keempat secara simultan diperoleh hasil uji F menunjukkan bahwa F hitung sebesar (15,711) dan lebih besar dari F tabel yaitu (2,70) dengan tingkat signifikansi 0,000 (lebih kecil dari (0,05) yang berarti bahwa hipotesis keempat diterima. Hasil dari uji simultan (F) yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar

PENUTUP

KESIMPULAN

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar maka akan semakin baik pula kepuasan konsumen, begitupun sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar semakin rendah.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. Artinya kenaikan atau bertambahnya satu satuan pada variabel Harga akan menaikkan Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar, didukung dengan kualitas pelayanan yang baik, terjangkau harga,

kesesuaian harga dengan kualitas produk, serta cita rasa bakso yang memuaskan atau kesesuaian harga dengan manfaat sehingga konsumen tidak berpindah ke produk bakso lain.

3. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. Artinya bahwa semakin baik lokasi usaha maka semakin baik pula kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar begitu pula sebaliknya semakin buruk lokasi usaha pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar maka akan semakin rendahnya tingkat kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar.
4. Kualitas pelayanan, Harga dan Lokasi bersama-sama memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. Pendapat tersebut dihasilkan dari perhitungan F hitung sebesar 15.711 dan lebih besar dari F tabel yaitu (F=2,70) dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari ($\alpha=0,05$).
5. Koefisien determinasi (R^2) dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,308 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi memiliki pengaruh (30,8%) terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya yaitu sebesar 69,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprih Santoso, Sri Yuni Widowati. 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Dinamika Social Budaya*. Universitas Semarang.
- Darmawan, Rama Joko., & Satrio Budhi. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotek Takavi, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen volume 6 nomor 8*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Dita, Amanah. 2010. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery & Cake Shop H.M. Yamin Medan, *Jurnal Keuangan & Bisnis volume 2 nomor 1*. Universitas Negeri Medan.
- Effendi M. Guntur, 2010. *Transformasi Manajemen Pemasaran Membangun Citra Negara*. Sagung Seto: Jakarta.
- Hardiansyah.2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Kotler Philip dan Lane Keller, Kevin. 2009. *Manajemen pemasaran*. 13th edition, Jilid 2 terjemahan bob subran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong, N. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran. edisi 12*. Jilid 1. terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan G, Armstrong. 2010. *Principles of marketing*. edisi 13. Pearson. United States of America.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Machfoedz, Mahmud. “*Komunikasi Pemasaran Modern*”, Cetakan Pertama. Cakra Ilmu, Yogyakarta. 2010.
- Manurung, Dinarty, SH. 2009. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek pada Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati. *Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara*. Medan.
- Priansa, Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Pesaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Situmeang, Lina Sari. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada rumah makan hot plate Medan. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Sunyoto, D. 2013. *Perilaku Konsumen, CAPS (Center of Academy Publishing Service)*. Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. CAPS: Yogyakarta.
- Tias Windarti, Mariaty Ibrahim. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu Cihanjuang – Pekanbaru. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIP volume 4 nomor 2*. Universitas Riau.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wulandari, Nur. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Kopikita Semarang. *Jurnal Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*. Universitas Diponegoro Semarang.