

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI PADA PENURUNAN OMZET TIAP BULAN (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN WA-Q DI KOTA MALANG)

Herlinda Dwijayanti, Sri Nuringwahyu, Ratna Nikin Hardati

*Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam
Malang, Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
LPPM Universitas Islam Malang, Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
E-mail: herlindadwijayanti1@gmail.com*

ABSTRAK

Pendekatan kualitatif digunakan dalam proses penggalian data dalam penelitian ini. Penelitian ini termasuk tipe penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik penggalian data berupa wawancara tidak terstruktur, pengamatan, dan dokumentasi yang diambil dalam bentuk audio maupun foto. Lokasi penelitian ini dilakukan di JL. Soekarno-Hatta Kav II No 1, Mojolangu, Lowokwaru, Malang, Jawa Timur. Dalam penelitian proses pengumpulan data ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif. Sedangkan keabsahan data diperiksa dengan menggunakan teknik triangulasi sumber. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan lokasi pada penurunan omzet di Rumah Makan WA-Q.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang menjadi penyebab penurunan omzet di Rumah Makan WA-Q di karenakan kurangnya kepuasan dari konsumen yang meliputi : (1) Kualitas pelayanan yang terdiri dari : Suasana lingkungan yang kurang nyaman, pelayanan yang kurang ramah, dan pelayanan yang kurang prima. (2) Kualitas produk yang terdiri dari : tampilan produk yang kurang menarik, konsep produk yang kurang menarik, dan beberapa produk yang masih belum berkualitas seperti daging yang terlalu berlemak. (3) Lokasi, yang menyebabkan konsumen tidak puas karena kurangnya menjaga kebersihan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Omzet Penjualan

ABSTRACT

A qualitative approach was used in the process of extracting data in this study. This research is a descriptive research type. This study uses data mining techniques in the form of unstructured interviews, observations, and documentation taken in the form of audio and photos. The location of this research was conducted on JL. Soekarno-Hatta Kav II No. 1, Mojolangu, Lowokwaru, Malang, East Java. In this research, the data collection process used descriptive-qualitative method. Meanwhile, the validity of the data was checked by using source triangulation technique. The purpose of this study was to analyze the quality of service, product quality, price, and location on the decline in turnover at the WA-Q Restaurant.

The results showed that the cause of the decline in turnover at the WA-Q Restaurant was due to a lack of satisfaction from consumers which included: (1) Service quality consisting of: Uncomfortable environmental atmosphere, unfriendly service, and less excellent service. (2) Product quality which consists of: unattractive product appearance, unattractive product concept, and some products that are still not of good quality such as meat that is too fatty. (3) Location, which causes consumers to be dissatisfied due to lack of hygiene.

Keywords : Service Quality, Product Quality, Price, Location, Sales Turnover

PENDAHULUAN

WA-Q atau Warung Barbeque merupakan sebuah bisnis yang berjalan dibidang kuliner. WA-Q adalah salah satu restoran ala korea yang menyediakan menu barbeque dengan cara penyajian seperti orang korea. Menu-menu barbeque tersebut terdiri dari daging sapi, daging ayam, berbagai macam seafood olahan, sayuran, nasi dan berbagai macam minuman yang dijual dengan harga yang terjangkau.

Tempat yang nyaman , rasa yang enak dan harga yang terjangkau merupakan salah satu tujuan

para konsumen. Selain itu kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan lokasi merupakan faktor pendukung sebuah usaha, dengan adanya pelayanan yang baik, produk yang baik, harga yang terjangkau, dan lokasi yang strategis menjadi sebuah penentu tingkat kepuasan konsumen dan akan menjadi pengaruh terhadap omzet penjualan.

Menurut Wells dan Prenskey dalam Sudaryono (2016:79) kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan sikap konsumen terhadap suatu produk atau jasa sebagai hasil dari evaluasi konsumen setelah menggunakan produk atau jasa.

Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan produk atau jasa menyenangkan hati.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat di simpulkan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan seorang konsumen tergantung dari produk atau pelayanan yang diberikan. Ketika seorang konsumen puas terhadap apa yang diberikan oleh seorang produsen kemungkinan besar konsumen tersebut akan kembali dan membawa pengaruh besar terhadap peningkatan omzet, tetapi sebaliknya apabila seorang konsumen merasa tidak puas maka akan membawa pengaruh buruk terhadap omzet penjualan atau bisa jadi omzet penjualan akan menurun.

Menurut Rizma Rizal, dkk omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh dan berdasarkan volume. Seseorang pengelola usaha di tuntut untuk selalu meningkatkan omzet penjualan dari hari ke hari, dari minggu ke minggu, dari bulan ke bulan, dan dari tahun ke tahun.

Berdasarkan keterangan dari Bapak Ferry selaku owner atau pemilik rumah makan WA-Q ini dalam kurun waktu selama 1 tahun di tahun 2019 bahwa omzet penjualan mengalami penurunan.

BULAN	OMZET
JANUARI	Rp.241.700.100
FEBRUARI	Rp.211.185.800
MARET	Rp.165.083.300
APRIL	Rp.124.234.950
MEI	Rp.145.213.500
JUNI	Rp.157.093.250
JULI	Rp.116.488.750
AGUSTUS	Rp.100.016.300
SEPTEMBER	Rp. 89.202.500
OKTOBER	Rp. 95.943.600
NOVEMBER	Rp. 88.451.450
DESEMBER	Rp.106.388.350

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa omzet penjualan di rumah makan WA-Q ini tidak stabil dan mengalami penurunan yang sangat drastis. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena ingin mengetahui apa penyebab dari penurunan omzet tersebut, apakah dari kualitas pelayanan yang di berikan, kualitas produk yang ada, dari segi harga yang diterapkan, maupun lokasi atau tempat WA-Q ini berada, maka dari itu judul yang diambil peneliti ini adalah “Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Pada Penurunan Omzet Tiap Bulan (Studi Kasus pada Rumah Makan WA-Q di Kota Malang)”.

Permasalahan

1. Bagaimana kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi yang ada di Rumah Makan WA-Q Kota Malang ?
2. Bagaimana kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen di Rumah Makan WA-Q Kota Malang?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen dapat berpengaruh pada omzet penjualan di Rumah Makan WA-Q Kota Malang?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menjawab semua yang tertera pada rumusan masalah.

KAJIAN TEORI

1. Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Simamora (2003:180) definisi kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Terdapat lima dimensi yang dikembangkan oleh Zeithaml dalam Sudarso (2016:58) antara lain :

- a. Tangibles (bukti langsung)
- b. Reliability (keandalan)
- c. Responsiveness (daya tanggap)
- d. Assurance (jaminan)
- e. Emphaty (empati)

3. Definisi Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam Firmansyah (2019:13) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning utama untuk pemasar yang memiliki dampak langsung pada kinerja produk.

4. Dimensi Kualitas Produk

Dimensi kualitas produk tersebut terdiri dari : (1) *Perfomance* (kinerja), (2) *Durability* (daya tahan), (3) *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), (4) *Features* (fitur), (5) *Reliability* (reliabilitas), (6) *Aesthetics* (estetika), (7) *Perceived quality* (kesan kualitas).

5. Definisi Harga

Menurut Suprpto dan Azizi (2020:52) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

6. Tujuan Penetapan Harga

Menurut Bloom dan Boone dalam Royan (2007:85) ada tiga tujuan penetapan harga yaitu: 1) Memaksimalkan laba perusahaan, 2)Memperoleh

pangsa pasar, 3)Memperoleh keuntungan investasi dari usaha.

7. Definisi Lokasi

Menurut Bahri (2019:125) lokasi yang dimaksud adalah suatu letak atau tempat yang tetap dimana orang bisa berkunjung untuk berbelanja, tempat itu berupa daerah pertokoan atau suatu stand atau counter bark di dalam maupun di luar gedung.

8. Faktor-faktor Pemilihan Lokasi

Menurut Bahri (2019:128) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik suatu lokasi secara spesifik dilihat dari : (1) aksesibilitas, (2) faktor utama (primer).

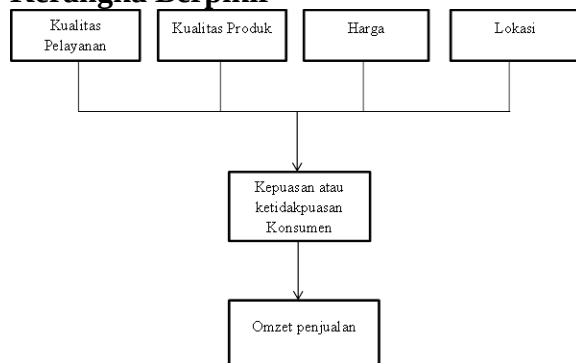
9. Definisi Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2002:42) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

10. Omzet Penjualan

Menurut Rangkuti (2009:58) volume penjualan merupakan jumlah penjualan yang berhasil dilakukan perusahaan. Pengukuran volume penjualan biasanya ditunjukkan dalam bentuk angka-angka atas produk yang sudah terjual kepada pembeli.

Kerangka Berpikir



METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Rumah Makan WA-Q Malang tepatnya di JL. Soekarno-Hatta Kav II No 1, Mojolangu, Lowokwaru, Malang, Jawa Timur.

Sumber Data

1. Data primer adalah data yang diperoleh oleh peneliti langsung dari sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan. Dalam penelitian ini data primer yang diperoleh yaitu dari Bapak Ferry Hendrawan, SE selaku owner atau pemilik dari Rumah Makan WA-Q Kota Malang, dari karyawan di Rumah Makan WA-Q Kota Malang, dan dari konsumen di Rumah Makan WA-Q Kota Malang.

2. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau data yang telah tersedia dari hasil pengumpulan data instansi yang terkait dengan objek penelitian. Data sekunder pada penelitian ini dapat diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada di Rumah Makan WA-Q Malang.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi : Menurut Hadi dalam Sugiyono (2016:145) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi merupakan bagian dari proses pengumpulan data. Observasi dilakukan dengan pengamatan lapangan terhadap objek yang akan diteliti.

2. Wawancara : Menurut Moleong (2016:186) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan yang dimaksud yaitu percakapan yang dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan pertanyaan yang telah diajukan. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang kualitas pelayanan, harga, dan lokasi yang diberikan kepada para pelanggan Rumah Makan WA-Q.

3. Dokumentasi :Merupakan suatu bukti dari penelitian tersebut, yang mana dokumentasi ini pada umumnya berupa foto dan rekaman suara dari kegiatan wawancara antara peneliti dengan pihak perusahaan tempat penelitian dilakukan.

Analisis Data

Miles dan Huberman dalam sugiyono (2016:246) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Keabsahan Data

Triangulasi Sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang telah diperoleh dideskripsikan,

dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda dan mana spesifik dari beberapa sumber data tersebut, sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (member check) dengan beberapa sumber data tersebut.

Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan April. Lokasi penelitian ini di Rumah Makan WA-Q. Rumah Makan WA-Q merupakan bisnis yang bergerak dibidang Kuliner yang didirikan oleh Bapak Ferry Hendrawan. Usaha ini didirikan pada tahun 2016 hingga sekarang yang berlokasi di JL. Soekarno-Hatta Kav II No. 1, Mojolangu, Lowokwaru, Malang, Jawa Timur. Objek dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kualitas produk harga dan Lokasi pada penurunan omzet di Rumah Makan WA-Q.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi yang ada di Rumah Makan WA-Q Kota Malang.

a. Kualitas Pelayanan yang ada di Rumah Makan WA-Q Kota Malang.

1) *Tangibles* (bukti langsung), dalam hal ini rumah makan WA-Q memberikan bukti langsung secara fisik meliputi sarana dan prasarana yang lengkap seperti peralatan memasak, perlengkapan makan, wastafel, toilet, free wifi, dan tempat parkir yang luas. Rumah makan WA-Q juga mengusahakan untuk membuat suasana lingkungan tetap nyaman yaitu dengan cara menjaga kebersihan lingkungan, menjaga kesterilan perlengkapan makan, tidak lupa juga untuk menerapkan 5S (salam, sapa, senyum, sopan, dan santun), namun dari keterangan beberapa konsumen rumah makan WA-Q ada yang mengatakan nyaman saat berada di rumah makan WA-Q dan sebaliknya ada juga yang mengatakan kurang nyaman saat berada di rumah makan WA-Q.

2) *Reliability* (keandalan), untuk memberikan pelayanan yang dapat diandalkan rumah makan WA-Q memberikan pembekalan seperti pelatihan pada setiap karyawan baru sesuai bidang masing-masing dengan tujuan agar dapat melayani konsumen dengan sebaik-baiknya, memberikan motivasi kepada seluruh karyawan untuk menerapkan 5S (salam, sapa, senyum, sopan, santun) dan pelayanan prima pada konsumen agar sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Namun dari keterangan beberapa konsumen rumah makan WA-Q ada yang mengatakan bahwa karyawan rumah makan WA-Q melayani dengan ramah, dan ada juga yang mengatakan bahwa

karyawan rumah makan WA-Q kurang ramah dalam melayani

3) *Responsiveness* (daya tanggap), SOP (standart operasional perusahaan) yang ada di rumah makan WA-Q yang mana karyawan harus memiliki sifat sopan dan menghormati orang lain, ramah, murah senyum, inisiatif tinggi, menjaga kebersihan, disiplin, dan pelayanan prima. Namun adapun keterangan dari beberapa konsumen rumah makan WA-Q yang mengatakan bahwa karyawan rumah makan WA-Q melayani dengan pelayanan prima namun sebaliknya ada juga yang mengatakan bahwa karyawan rumah makan WA-Q belum bisa dikatakan melayani dengan pelayanan yang prima.

4) *Assurance* (jaminan), Pemilik rumah makan WA-Q selalu memonitoring karyawannya agar tetap ramah kepada para konsumen dengan tujuan agar konsumen percaya dengan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan WA-Q. Pemilik rumah makan WA-Q selalu melakukan briefing sebelum opening guna untuk mengingatkan karyawan mengenai 5S, mempersiapkan segala kebutuhan rumah makan, dan juga selalu melakukan evaluasi setelah closing guna mengetahui kekurangan dan kesalahan yang harus diperbaiki.

5) *Empathy* (empati), Rumah makan WA-Q memiliki beberapa cara untuk memenuhi keinginan para konsumen, yaitu yang pertama selalu mengusahakan untuk berkomunikasi langsung dengan konsumen yang mana obrolan ini tentang apa yang dirasa konsumen saat berada di rumah makan WA-Q, kedua meminta konsumen untuk mengisi form di google bisnis tentang penilaian rumah makan WA-Q, dan yang ketiga membuka pertanyaan tentang kritik dan saran melalui media sosial. Ketiga cara ini dilakukan guna mengetahui keinginan para konsumen, dengan beberapa cara tersebut rumah makan WA-Q berhasil memenuhi keinginan para konsumennya, hal ini di dukung dengan keterangan dari beberapa konsumen rumah makan WA-Q yang menyatakan bahwa mereka merasa keinginannya sudah terpenuhi saat berada di rumah makan WA-Q.

b. Kualitas Produk yang ada di Rumah Makan WA-Q Kota Malang.

1) *Performance* (kinerja), kinerja pada produk merupakan inti dari produk itu sendiri, sehingga konsumen mempertimbangkan produk tersebut untuk membelinya. Dalam hal ini rumah makan WA-Q mengatur tampilan produknya guna menarik perhatian konsumen yaitu dengan cara, menata produk seperti daging, ayam bumbu, seafood, sayuran serapi dan semenarik mungkin. Rumah makan WA-Q juga melakukan beberapa aktivasi di

media sosial seperti promo, kuis dan bahkan juga melakukan kolaborasi dengan produk lain, dan memfoto produk dengan seestetik mungkin guna menarik minat konsumen. Beberapa hal yang dilakukan rumah makan WA-Q tentang mengatur tampilan produk yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dianggap belum berhasil, karena hal ini sesuai dengan pernyataan beberapa konsumen rumah makan WA-Q yang mengatakan bahwa mereka ada yang tertarik dan ada yang tidak tertarik dengan tampilan produk yang ada.

2) *Durability* (daya tahan), dalam hal daya tahan suatu produk, rumah makan WA-Q selalu mengatur pembelian bahan baku dengan cara selalu memeriksa tanggal layak pakai dan selalu mengusahakan untuk tidak menyetok bahan baku terlalu banyak agar bahan baku selalu fresh, hal ini ditujukan agar produk yang akan dijual layak untuk di konsumsi oleh konsumen. Adapun keterangan dari beberapa konsumen rumah makan WA-Q yang menyatakan bahwa produk di rumah makan WA-Q bagus dan fresh.

3) *Conformance to spesification* (kesesuaian dengan spesifikasi) , untuk menyesuaikan dengan apa yang diinginkan para konsumen, rumah makan WA-Q selalu melakukan pendekatan kepada para konsumen dengan cara melakukan komunikasi langsung dengan konsumen meminta pendapat atau kritik dan saran untuk dapat di evaluasi dengan tujuan memenuhi harapan atau keinginan konsumen. Hal yang di lakukan oleh rumah makan WA-Q dalam upaya untuk menyesuaikan dengan apa yang diinginkan oleh konsumen sudah dianggap berhasil, berdasarkan keterangan dari beberapa konsumen rumah makan WA-Q yang menyatakan bahwa rumah makan WA-Q sudah menyediakan beberapa macam pilihan produk yang sesuai dengan minat dari konsumen tersebut, mereka juga menyatakan bahwa mereka tidak pernah mendapati produk yang rusak di rumah makan WA-Q.

4) *Features* (fitur), untuk menambah ketertarikan konsumen pada suatu produk rumah makan WA-Q menggunakan konsep penyajian Korean Grill yang mana rumah makan WA-Q hanya menyediakan fasilitas dan konsumen bisa memasak sendiri sesuai selera masing-masing. Konsep penyajian ini bertujuan untuk memperindah produk dan juga agar menarik perhatian konsumen. Berdasarkan keterangan dari beberapa konsumen rumah makan WA-Q, mereka mengaku tertarik dengan konsep yang ada di rumah makan WA-Q.

5) *Reliability* (reliabilitas), reliabilitas atau keandalan dari sebuah produk yaitu produk yang sesuai dengan keinginan dan harapan para konsumen, sehingga konsumen merasa puas

dengan produk yang disediakan, untuk menciptakan produk yang dapat diandalkan, rumah makan WA-Q selalu mengusahakan agar produk yang dijual selalu fresh, karena sebagian besar produk yang dijual di rumah makan WA-Q adalah bahan mentah seperti daging dan seafood, selanjutnya untuk macam-macam saus, sambal dan minuman thaitea diproduksi selama 3hari sekali walaupun daya tahannya masih bisa sampai 7hari, ini dilakukan karena demi menjaga produk agar selalu fresh dan dapat menciptakan produk yang berkualitas sehingga konsumen merasa puas.

6) *Aesthetics* (estetika), merupakan daya tarik suatu produk seperti halnya konsep produk yang ada di rumah makan WA-Q adalah Korean BBQ Grill yang mana konsumen bisa memasak sendiri sesuai selera serta didukung dengan saus bulgogi yang menjadi saus andalan untuk BBQ, karena lidah orang Indonesia dan Korea berbeda rumah makan WA-Q juga menyediakan saus terong yang terbuat dari rempah-rempah khas Indonesia. Konsep produk Korean BBQ Grill ini menarik perhatian beberapa konsumen rumah makan WA-Q namun ada juga yang menganggap konsep ini biasa saja karena sama seperti rumah makan BBQ yang lain.

7) *Perceived quality* (kesan kualitas), untuk menciptakan produk yang berkualitas rumah makan WA-Q selalu menggunakan bahan baku yang berkualitas, dan selalu mengutamakan kesegaran (fresh) setiap produknya. Namun produk yang ada di rumah makan WA-Q belum berhasil dikatakan berkualitas karena berdasarkan keterangan dari beberapa konsumen ada yang mengatakan berkualitas dan ada yang mengatakan belum berkualitas.

c. Harga yang ada di Rumah Makan WA-Q Kota Malang.

1) Memaksimalkan laba perusahaan, menurut keterangan dari narasumber omzet penjualan di rumah makan WA-Q sempat mengalami penurunan sebelum adanya pandemi covid19 dengan begitu rumah makan WA-Q masih dapat memaksimalkan laba, adanya pandemi covid19 ini menjadikan penurunan omzet yang sangat drastis, akan tetapi rumah makan WA-Q selalu berusaha untuk memaksimalkan laba dengan cara berani untuk menurunkan harga jual dan mentiadakan pembayaran pajak/ppn.

2) Memperoleh pangsa pasar, menurut keterangan dari narasumber untuk memperoleh pangsa pasar rumah makan WA-Q mematok harga lebih rendah dibanding pesaing, memberikan promo-promo menarik dan diskon atau potongan harga di setiap pembelian, dengan adanya hal ini berdasarkan keterangan dari beberapa konsumen rumah makan

WA-Q mereka tertarik dengan harga yang ada di rumah makan WA-Q karena terjangkau dan sesuai dengan porsinya.

3)Memperoleh keuntungan investasi dari usaha, keuntungan merupakan hal yang dicari dalam setiap bisnis, menurut keterangan narasumber rumah makan WA-Q tetap berinvestasi dalam usaha bidang kuliner.

d.Lokasi Rumah Makan WA-Q Kota Malang. Pemilihan lokasi sangat berpengaruh didalam sebuah bisnis, karena lokasi merupakan sumber daya jangka panjang dan mempengaruhi pertumbuhan dimasa depan.

1)Aksesibilitas, dalam memilih lokasi harus melihat lingkungan setempat, seperti aksesibilitas/kemudahan arus lalu lintas yang memang harus benar-benar diperhatikan. Menurut penjelasan dari narasumber, rumah makan WA-Q memiliki kemudahan akses keluar/masuk karena lokasi rumah makan WA-Q berada di pinggir jalan raya serta rumah makan WA-Q sendiri memiliki lahan parkir yang luas.

2)Faktor utama (*primer*), lokasi yang strategis menjadi faktor yang sangat penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Menurut keterangan dari narasumber bahwa lokasi rumah makan WA-Q dekat dengan pasar, ketersediaan tenaga kerja, supplier, pesaing, dan fasilitas.

2.Kualitas Pelayanan, Kualitas produk, Harga, dan Lokasi di Rumah Makan WA-Q Kota Malang berpengaruh pada Kepuasan Konsumen.

a.Kualitas Pelayanan berpengaruh pada Kepuasan Konsumen.

Pelayanan yang berkualitas yaitu pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai yang diharapkan, pelayanan yang ada di rumah makan WA-Q cukup baik, hal ini dapat diketahui dari pernyataan narasumber. Ada beberapa patokan yang menjadikan kualitas pelayanan di rumah makan WA-Q cukup baik yaitu diantaranya fasilitas yang lengkap dan suasana lingkungan yang nyaman namun ada beberapa faktor yang membuat konsumen belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, seperti kurangnya arahan dari karyawan.

b.Kualitas Produk berpengaruh pada Kepuasan Konsumen.

Kualitas produk sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa terpuaskan apabila produk tersebut dirasa dapat memenuhi keinginan dan harapannya. Produk yang ada di rumah makan WA-Q sudah baik, yang

menjadi patokan bahwa produk yang ada di rumah makan WA-Q sudah baik yaitu sesuai dengan keterangan dari narasumber yang menyatakan bahwa produk yang ada di rumah makan WA-Q sudah memenuhi keinginan dan harapannya, namun ada beberapa produk yang masih belum bisa dikatakan berkualitas yaitu daging yang terlalu berlemak.

c.Harga berpengaruh pada Kepuasan Konsumen.

Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, apabila harga sesuai dengan produk yang dibeli serta memberikan hasil yang memuaskan. Harga produk yang ada di rumah makan WA-Q sangat terjangkau dan sesuai dengan keinginan konsumen, menurut keterangan narasumber yang menyatakan bahwa harga di rumah makan WA-Q terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk untuk memenuhi kepuasan konsumen.

d.Lokasi berpengaruh pada Kepuasan Konsumen.

Mudahnya akses untuk berkunjung ke suatu tempat juga mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian, tempat yang nyaman, bersih, aman, dan suasana yang nyaman juga menjadikan konsumen merasa puas. Rumah makan WA-Q memiliki lokasi yang strategis, menurut keterangan narasumber bahwa lokasi rumah makan WA-Q sangat strategis, mudah dijangkau dan memiliki lahan parkir yang luas, tetapi ada beberapa faktor yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen seperti kebersihan.

3.Tingkat Kepuasan Konsumen berpengaruh pada Omzet Penjualan di Rumah Makan WA-Q Kota Malang.

Omzet penjualan dapat mengalami kenaikan apabila konsumen merasa loyal dan puas dengan produk yang diperjual belikan. Omzet penjualan dapat dipertahankan atau di tingkatkan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk, harga yang mampu bersaing dan lokasi atau tempat yang memberikan rasa aman dan nyaman. Konsumen yang loyal akan melakukan pembelian ulang dikarenakan ingin mengulang pengalaman baik, serta akan membawa pengaruh baik kepada perusahaan seperti merekomendasikan kepada calon konsumen lain. Menurut keterangan narasumber, rumah makan WA-Q selalu mementingkan kualitas dari segi pelayanan dan produk agar konsumen merasa puas karena konsumen yang puas akan menjadi konsumen yang loyal dan membawa pengaruh baik bagi rumah makan WA-Q.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Menurut hasil observasi dan wawancara ada beberapa hal yang membuat konsumen tidak

puas dan menjadikan penurunan omzet di rumah makan WA-Q yaitu :

- 1) Kualitas pelayanan, ada beberapa patokan yang menjadikan pelayanan di rumah makan WA-Q masih belum bisa dikatakan berkualitas dan membuat konsumen tidak puas yaitu : Suasana lingkungan yang kurang nyaman, pelayanan yang kurang ramah, dan pelayanan yang kurang prima.
- 2) Kualitas produk, ada beberapa patokan yang menjadikan produk di rumah makan WA-Q kurang berkualitas dan membuat konsumen tidak puas yaitu: tampilan produk yang kurang menarik, konsep produk yang kurang menarik, dan beberapa produk yang masih belum berkualitas seperti daging yang terlalu berlemak.
- 3) Lokasi, yang menjadikan lokasi kurang nyaman dan membuat konsumen tidak puas yaitu : kurangnya menjaga kebersihan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ditulis oleh peneliti maka peneliti memberikan saran, yaitu :

1. Secara teoritis :

Penelitian ini sumber-sumber dan referensi masih kurang meluas, oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat memperbanyak lagi sumber-sumber dan referensi yang akurat terkait dengan permasalahan yang diangkat. Penelitian mendatang, dapat dilakukan penambahan variabel penelitian, misalnya variabel promosi guna sebagai acuan dalam pengujian kembali apakah variabel variabel tersebut berpengaruh pada penurunan omzet.

2. Secara praktis :

a) Bagi pemilik usaha :

- 1) Rumah makan WA-Q diharapkan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen dengan memberikan suasana lingkungan yang nyaman dengan mengedepankan kebersihan tempat, memberikan pelayanan yang ramah dan pelayanan prima sesuai dengan SOP yang ada.
- 2) Rumah makan WA-Q diharapkan dapat memperbaharui tampilan produk dan konsep produk yang ada di rumah makan WA-Q dengan sebaik-baiknya guna menarik perhatian konsumen.
- 3) Rumah makan WA-Q diharapkan dapat memberikan produk yang lebih berkualitas agar konsumen puas dengan produk yang diberikan.
- 4) Rumah makan WA-Q diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan menjaga kebersihan lokasi dengan sebaik-baiknya untuk memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen, sehingga konsumen menjadi loyal dan dapat membawa pengaruh baik kepada rumah makan WA-Q sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Azizi, R. S. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Bahri. (2019). *Modul Pengantar Kewirausahaan*. Pasuruan: CV Qiara Media.
- Charies W Lamb Jr, J. F. (2001). *Pemasaran Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dameria, I. (2016). *Loyalitas konsumen dalam meningkatkan omzet penjualan pada gerai indomaret di Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk*.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning and Strategy)*. Pasuruan : Qiara Media.
- Irawan, B. S. (1985). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Khuriyati, T. (2013). *Faktor-faktor penyebab penurunan omzet penjualan pada industri kerajinan monel di Desa Kriyan Kabupaten Jepara*.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran (edisi bhs.indonesia)*. Surakarta: PT.Pabelan.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Prenhallindo .
- Latief, R. (2018). *Word of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendakia.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Machfoedz, M. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern* . Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Muttaqin, I. B. (2019). *Model HSQ-Metrix untuk Pengukuran Kualitas Pelayanan Kesehatan dan Rs di Banda Aceh* . Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Nitisemito, A. S. (2008). *Manajemen Personalial Edisi Kedua* . Jakarta: Ghalia Indonesia .
- Olson, P. J. (2000). *Consumer Behavior; Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 1 Edisi 4*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN -JP*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Royan, F. M. (2007). *Smart Launching New Product Strategi Jitu Memasarkan Produk Baru Agar Meledak di Pasar*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Rusma Rizal, R. H. (2017). *Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Omzet Penjualan*

- pada PT. Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sopiah, S. d. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Dee Publish.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriadi. (2018). *Konsep Harga dalam Ekonomi Islam*. Bogor: Guepedia.
- Tangkilisan, H. N. (2005). *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Tjiptono, F. (2005). *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Tohar, M. (2000). *Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta: Kanisius.
- Ulfiani. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Rumah makan Ayam Nelongso Cabang Soekarno-Hatta No 37 Malang)*.
- Wijaya, C. V. (2017). *Pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Depot Madiun Khas Bu Rudy*.