

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN  
LOKASI TERHADAP KRPUASAN KONSUMEN**  
( *STUDI PADA RUMAH MAKAN AYAM NELONGSO CABANG SOEKARNO  
HATTA NO.37 MALANG* )

**Ulfiani, Sri Nuringwahyu, Daris Zunaida**

*Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam  
Malang, Jl. Mayjen Haryono 193 Malang 65144, Indonesia  
LPPM Unisma jl. Mayjen Haryono 193 Malang 65144, Indonesia  
E-mail: ullfianii23@gmail.com*

**ABSTRAK**

**Ulfiani**, 214.01.09.2.028, Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Islam Malang, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi pada Rumah Makan Ayan Nelongso Cabang Soekarno Hatta no.37 Malang. Dosen Pembimbing I : Dra. Sri Nuringwahyu M.Si dan Dosen Pembimbing II : Daris Zunaida, S.AB.,M.AB.

Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan sangat diperlukan untuk saat ini karena persaingan pada dunia bisnis saat ini semakin bertambah ketat. Penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen" menghasilkan Hasil uji t variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) menghasilkan nilai signifikansi t sebesar 0,029. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa Sig.  $t < \alpha$  (0,05). Hasil uji t variabel Harga ( $X_2$ ) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) menghasilkan nilai signifikansi t sebesar 0,172. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa Sig.  $t > \alpha$  (0,05) maka tidak ada pengaruh variabel Harga ( $X_2$ ) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Hasil uji t variabel Lokasi ( $X_3$ ) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) menghasilkan nilai signifikansi t sebesar 0,028. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa Sig.  $t < \alpha$  (0,05) maka pengaruh variabel Lokasi ( $X_3$ ) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah signifikan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

**ABSTRACT**

**Ulfiani**, 214.01.09.2.011, Business Administration Sciences Islamic University of Malang, Effect of Service Quality, Price and Location Against Consumer Satisfaction (Study at Restaurant Ayan Nelongso Branch Soekarno Hatta no.37 Malang Supervisor I: Dra Sri Nuringwahyu M. Si and Supervisor II: Daris Zunaida, S.AB., M.AB.

The influence of quality of service, price and location to customer satisfaction is very necessary for now because of competition in the business world today is getting tighter The research entitled "The Influence of Service Quality, Price and Location on Consumer Satisfaction" resulted in T test variable of Service Quality ( $X_1$ ) to Consumer Satisfaction variable (Y) yielded significance value t equal to 0,029. The test results show that Sig.  $t < \alpha$ (0.05). Result of t test of Price variable ( $X_2$ ) to Consumer Satisfaction variable (Y) yielded t significance value equal to 0,172. The test results show that Sig.  $t > \alpha$  (0,05) hence there is no influence of Price variable ( $X_2$ ) to Consumer Satisfaction variable (Y). Result of t test of Location variable ( $X_3$ ) to Consumer Satisfaction variable (Y) yielded t significance value equal to 0,028. The test results show that Sig.  $t < \alpha$  (0,05) hence influence of variable of Location ( $X_3$ ) to Consumer Satisfaction variable (Y) is significant.

Keywords: Quality of Service, Price and Location Against Consumer Satisfaction

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Permasalahan yang dihadapi oleh Rumah Makan Ayam Nelongso Cabang Soekarno Hatta No.37 Malang adalah dari faktor internal adalah sumber daya manusia yang dimiliki masih terkendala dengan standar kemampuan yang dimiliki. Karena beberapa karyawan yang dimiliki masih baru sehingga kinerja maupun kemampuannya masih perlu ditingkatkan. Kemudian dari harga yang ditetapkan lebih rendah dari harga rumah makan yang lain. Sedangkan permasalahan eksternal adalah banyaknya pesaing di kota Malang.

Permasalahan pada Rumah Makan Ayam Nelongso Cabang Soekarno Hatta No.37 Malang berusaha untuk memenangkan persaingan dengan menerapkan strategi untuk meraih minat konsumen berupa kualitas pelayanan, harga dan lokasi dengan tujuan mendorong konsumen untuk memiliki rasa kepuasan yang sesuai dengan yang diinginkan, sehingga akan menarik minat konsumen untuk mengulang kembali di masa yang akan datang. Dengan mengetahui tingkat kepuasan konsumen, maka perusahaan dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah diterapkan dengan citra rasa yang menarik.

Hasil pra survey tingkat kepuasan konsumen yang sudah saya lakukan pada Rumah Makan Ayam Nelongso Cabang Soekarno Hatta No.37 Malang pada sebagian konsumen kurang lebih 15 orang menunjukkan bahwa mereka merasa puas dengan beberapa pelayanan yang mereka berikan seperti fasilitas rumah makan dan kebersihan, kecepatan pembayaran dikasir, kesesuaian harga dengan makanan dan minuman, kesesuaian kualitas makan dan minuman dengan harga, lokasi yang mudah dijangkau, area parkir yang memadai dan adapun yang merasa sangat puas dengan kecepatan pelayanan dengan menggunakan batas waktu pelayanan 30 menit (apabila lebih maka konsumen akan digratiskan). Untuk itulah peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dari faktor kualitas pelayanan, kualitas pelayanan, harga dan lokasi yang paling dominan pada Rumah Makan Ayam Nelongso Cabang Soekarno Hatta No.37 Malang.

### Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ayam Nelongso Cabang Soekarno Hatta No.37 Malang?
2. Apakah ada pengaruh secara parsial variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi

terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam Nelongso Cabang Soekarno Hatta No.37 Malang?

### Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam Nelongso Cabang Soekarno Hatta No.37 Malang.
2. Mengetahui pengaruh secara parsial variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam Nelongso Cabang Soekarno Hatta No.37 Malang.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kajian Teori

#### Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain. Pemasaran adalah analisis, perencanaan implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan pendapat tersebut maka penulis menyimpulkan pemasaran adalah rangkaian proses yang dilakukan untuk dipasarkan agar mendatangkan keuntungan bagi perusahaan tersebut sesuai dengan tujuan dari berdirinya suatu perusahaan yaitu mendapatkan keuntungan. Pemasaran dapat dilihat dari sudut pandang mikro, yaitu serangkaian aktifitas untuk mengantisipasi kebutuhan konsumen, alur langsung barang dan jasa kepada konsumen, dan dilakukan oleh organisasi individu.

Pelayanan yang baik menjadi salah satu syarat kesuksesan produk dalam perusahaan. Kualitas pelayanan sering diartikan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima secara nyata oleh konsumen. Lewis & Booms merupakan pakar yang pertama kali mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan

penyampiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

### **Harga**

Harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Informasi tentang harga merupakan hal yang sangat dibutuhkan, dimana persepsi konsumen mengenai harga suatu produk dapat dijadikan sebagai suatu standarisasi kualitas produk berdasarkan nilai harga pada produk tersebut. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh konsumen akan suatu produk atau jasa akan semakin tinggi pula nilai dari produk tersebut.

### **Lokasi**

Lokasi fasilitas jasa merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Secara garis besar, ada dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi fasilitas jasa. Fleksibilitas suatu lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya *capital intensif*. Oleh karena itu, penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang *responsive* terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, geografis, budaya, persaingan dan peraturan dimasa mendatang.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan gambaran dari tahapan yang dilalui dalam menyelesaikan suatu masalah yang ditemui dalam sebuah penelitian, dibuat berdasarkan latar belakang dan tujuan yang hendak dicapai dengan menggunakan teori-teori yang mendukung dalam memecahkan permasalahan yang diteliti secara sistematis.

### **Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian** **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatif (*explanatif research*), yaitu tipe penelitian yang menjelaskan dan menelusuri hubungan atau peranan antara kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal ini yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Metode eksplanasi adalah: Suatu metode penelitian yang dilakukan untuk menguji hubungan antara variabel yang dihipotesiskan.

### **Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian tersebut dilaksanakan. Penelitian akan dilakukan pada pelanggan Ayam Nelongso Malang yang beralamat Jalan Soekarno Hatta No.37 Malang.

### **Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini dilakukan pada Februari hingga selesai pada konsumen Rumah Makan Ayam Nelongso Cabang Soekarno Hatta No.37 Malang.

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **Populasi**

Menurut Ferdinand populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi merupakan kumpulan semua individu atau obyek yang mempunyai karakteristik tertentu yang kemudian akan diukur atau dihitung dalam penelitian. Dalam penelitian ini populasi penelitian adalah konsumen dari Rumah Makan Ayam Nelongso yang sudah pernah atau sudah beberapa kali membeli di rumah makan tersebut. Populasi sendiri jumlahnya tidak dapat dihitung secara pasti.

#### **Sampel**

Sampel dapat didefinisikan sebagai sekumpulan data yang diambil atau dipilih dari suatu populasi. Pengertian lain, sampel adalah *subset* dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. *Subset* ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin diteliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu dibentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Ayam Nelongso yang sudah pernah atau sudah beberapa kali membeli di rumah makan tersebut.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode pengambilan sampel yang digunakan

adalah *accidental sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel. Dengan kata lain konsumen-konsumen yang datang di Rumah Makan Ayam Nelongso. Data dari kuesioner diisi oleh konsumen yang ditemui secara kebetulan baik yang sedang atau berkali-kali makan di Rumah Makan Ayam Nelongso yang ditemui secara kebetulan di Rumah Makan Ayam Nelongso.

Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Untuk memudahkan penelitian maka jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 orang. Jumlah responden sebanyak 100 orang tersebut dianggap sudah representatif karena sudah lebih besar dari batas minimal sampel.

### Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian berisi dari penjelasan masing-masing variabel yang digunakan.

### Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data Sumber Data

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung responden yang berada pada Rumah Makan Ayam Nelongso Cabang Soekarno Hatta Malang, dimana data ini berhubungan langsung dengan penelitian, diolah dan digunakan sendiri oleh peneliti.

### Teknik Pengumpulan Data

- Observasi
- Wawancara
- Kuesioner
- Dokumentasi

### Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran penelitian ini adalah dengan metode rating yang dijumlahkan atau dikenal dengan skala likert, dimana cara pengukurannya dengan menghadapkan seorang responden pada pertanyaan dan diminta untuk memberikan jawaban. Klasifikasikan jawaban responden dengan skala likert kedalam lima penilaian. Lima penilaian tersebut yaitu :

### Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif yaitu suatu metode untuk mengukur besarnya pengaruh dari perubahan satu atau beberapa kejadian secara kuantitatif dengan menggunakan alat analisis statistik melalui beberapa tahap, yang meliputi pengolahan data, pengorganisasian data dan penemuan hasil.

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk menghitung uji validitas, bandingkan nilai *correlated item-total correlations* ( $r$  hitung) dengan hasil perhitungan  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai positif, maka pertanyaan atau indikator tersebut valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan handal apabila nilai *croanbach alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,6. Namun apabila nilai *croanbach alpha* lebih kecil dari 0,6 maka kuesioner dianggap kurang handal sehingga apabila dilakukan penelitian ulang terhadap variabel-variabel tersebut pada waktu dan dimensi yang berbeda, kesimpulannya akan berbeda.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Multikolinearitas akan menyebabkan koefisien regresi bernilai kecil dan standar error regresi bernilai besar sehingga pengujian variabel bebas secara individu akan menjadi tidak signifikan.

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*).

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan kepengamatan lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah melihat

grafik plot antara nilai prediksi variabel tidak bebas (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scarplot* antar SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residualnya (Y prediksi - Y sesungguhnya).

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak dimana model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Salah satu cara untuk melihat distribusi normal adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan analisis grafik yang dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.

### Analisis Regresi Linier

Analisis regresi linier adalah pengembangan analisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen untuk menduga nilai dari variabel dependen. Analisis regresi linier dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1), harga (X2) dan lokasi (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Rumah Makan Ayam Nelungso.

### Pengujian Hipotesis Penelitian

#### Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah:

$H_0 : b_i < 0$ , berarti variabel independen (kualitas pelayanan, harga dan lokasi) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

$H_a : b_i > 0$ , berarti variabel independen (kualitas pelayanan, harga dan lokasi) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Kuncoro nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai

$R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk mengetahui variasi variabel dependen.

## PEMBAHASAN PENELITIAN

### Hasil Analisa Data

#### Uji Asumsi Klasik

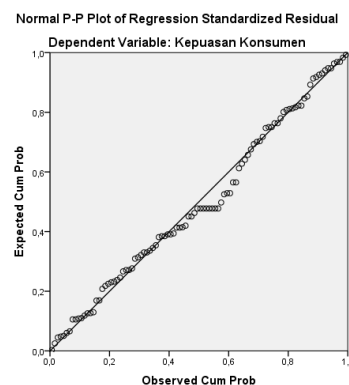
##### Uji Multikolonieritas

Uji asumsi tentang multikolinieritas ini dimaksudkan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linier antara variabel bebas. dapat disimpulkan bahwa nilai VIF Kualitas Pelayanan dan Harga  $< 10$  dan nilai *tolerance*  $> 0,1$  artinya bahwa seluruh variabel bebas pada penelitian ini dinyatakan tidak multikolinieritas.

##### Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah residual memiliki ragam yang homogen (konstan) atau tidak. Pengujian heterokedastisitas dapat dilihat melalui *scatter plot*. Residual dikatakan memiliki ragam yang homogen apabila titik-titik residual pada *scatter plot* menyebar secara acak. dapat disimpulkan bahwa terdapat gejala heterokedastisitas. Hasil pengujian asumsi heterokedastisitas dapat dilihat

##### Uji Normalitas



Hasil perhitungan diatas data menyebar sekitar garis normal dan mengikuti arah garis diagonal grafik, maka hal ini ditunjukkan pada distribusi normal sehingga model persamaan regresi memenuhi asumsi normalitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil perhitungan dari analisis regresi linier berganda, maka dapat disimpulkan persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 7,304 + 0,214X_1 + 0,189X_2 + 0,249X_3$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diketahui bahwa:

a. Konstanta sebesar 7,304 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Lokasi ( $X_3$ ) diasumsikan 0, maka besarnya variabel Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) adalah 7,304.

b. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,214 menunjukkan apabila terjadi peningkatan Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) 1 satuan maka akan mengakibatkan peningkatan variabel Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) sebesar 0,214 1 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tidak berubah. Hal ini berarti semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka cenderung dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

c. Koefisien regresi variabel Harga ( $X_2$ ) sebesar 0,189 menunjukkan apabila terjadi peningkatan Harga ( $X_2$ ) maka akan mengakibatkan meningkatkan variabel Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) sebesar 0,189 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tidak berubah. Hal ini mengindikasikan bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

d. Koefisien regresi variabel Lokasi ( $X_3$ ) sebesar 0,249 menunjukkan apabila terjadi peningkatan Lokasi ( $X_3$ ) maka akan mengakibatkan variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 0,249 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tidak berubah. Hal ini mengindikasikan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti semakin tinggi Lokasi maka cenderung dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

### Variabel yang dominan

Regresi pada tabel 4.14 diketahui variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) memiliki nilai beta 0,246 sedangkan variabel Harga ( $X_2$ ) memiliki nilai beta 0,136 dan variabel Lokasi ( $X_3$ ) memiliki nilai beta 0,229. Maka dapat disimpulkan variabel Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) adalah variabel dominan pada penelitian ini karena memiliki nilai beta lebih besar dibandingkan dengan nilai beta variabel Harga ( $X_2$ ).

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$  square) sebesar 0,212. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Harga dan Lokasi berpengaruh sebesar 21,2% terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan sisanya 78,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

### Koefisien Korelasi ( $R$ )

Jika dilihat pada tabel 4.16 nilai koefisien korelasi 0,460 berada pada kategori 0,40-0,599. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas dan variabel terikat mempunyai hubungan sedang.

### Pembahasan

#### Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara Parsial terhadap Kepuasan Konsumen

##### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil uji t variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) diperoleh signifikansi  $< (\alpha)$  0,05 sehingga konsumen pada Rumah Makan Ayam Nelongso Cabang Soekarno Hatta No.37 Malang memiliki Kualitas Pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis deskripsi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban item-item pada variabel Kualitas Pelayanan mayoritas adalah setuju yaitu dengan nilai *grand mean* sebesar 3,94.

##### Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t variabel Harga ( $X_2$ ) diperoleh signifikansi  $> (\alpha)$  0,05 sehingga variabel Harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan analisis deskripsi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban item-item pada variabel Harga mayoritas adalah setuju yaitu dengan nilai *grand mean* sebesar 3,93.

##### Pengaruh lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t variabel Lokasi ( $X_3$ ) diperoleh signifikansi  $< (\alpha)$  0,05 sehingga variabel Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan analisis deskripsi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban item-item pada variabel Lokasi mayoritas adalah setuju yaitu dengan nilai *grand mean* sebesar 3,95.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara Simultan terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Lokasi ( $X_3$ ) memiliki nilai  $F < (\alpha)$  0,05 sehingga variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga menunjukkan korelasi antara Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen termasuk kategori kuat. Selain itu berdasarkan nilai R Square diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) memberikan kontribusi terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,212 (21,2%) dan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan pada Ayam Nelongso Cabang Soekarno Hatta No.37 Malang. Nilai  $\text{Sig.} F < \alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$  maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
2. Ada pengaruh secara parsial variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam Nelongso Cabang Soekarno Hatta No.37 Malang.
  - a. Hasil uji t variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) menghasilkan nilai signifikansi t sebesar 0,029. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa  $\text{Sig.} t < \alpha$  (0,05).
  - b. Hasil uji t variabel Harga ( $X_2$ ) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) menghasilkan nilai signifikansi t sebesar 0,172. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa  $\text{Sig.} t > \alpha$  (0,05) maka tidak ada pengaruh variabel Harga ( $X_2$ ) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).
  - c. Hasil uji t variabel Lokasi ( $X_3$ ) terhadap variabel Kepuasan Konsumen

(Y) menghasilkan nilai signifikansi t sebesar 0,028. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa  $\text{Sig.} t < \alpha$  (0,05) maka pengaruh variabel Lokasi ( $X_3$ ) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah signifikan.

#### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan topik yang sama agar menambah jumlah variabel selain kualitas pelayanan, harga dan lokasi yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen.
2. Bagi Rumah Makan pada Ayam Nelongso Cabang Soekarno Hatta No.37 Malang tetap memperhatikan kualitas pelayanan dan lokasi. karena, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen dengan cara memperhatikan pelayanan terhadap konsumen seperti menjaga kebersihan pada rumah makan, kecepatan pelayanan dengan batas waktu yang sudah ditetapkan (30 menit) dan tetap memperhatikan kesesuaian waktu pada saat pembayaran dikasir tidak lupa selalu menggunakan standart operasional perusahaan yaitu : senyum, sapa dan salam. Lokasi merupakan hal yang mendukung dalam pemilihan tempat untuk memulai bisnis awal hingga selanjutnya untuk itu lokasi berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Untuk itu, rumah makan ayam nelongso cabang soekarno hatta diharapkan untuk dapat memperhatikan beberapa keadaan dalam pemilihan lokasi misalnya dengan menyediakan lahan parkir yang cukup luas, aman dan memadai.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aubrey Wilson. 2002. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Penerbit Pustaka Binuman
- Ali Hasan. 2009. *Marketing*. Edisi Ketiga. Jakarta. Penerbit Media Presindo
- Faisal S. 2007. *Format-Format Penelitian Sosial. Dasar-Dasar dan Aplikasi*. Cetakan Ketiga. Jakarta. Penerbit PT Prehalindo
- Fandy Tjiptono. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2005. *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta. Penerbit Andi

- Ferdinand Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen. Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang. Universitas. Diponegoro
- Ghozali. Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 4*. Semarang. BP.Undip
- Hermawan Kertajaya. 2002. *Hermawan Kertajaya on Marketing*. Edisi Soft. Cover. Bandung. Penerbit Mizan Media Utama
- Imam Haromain. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan. Harga. Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Z618*. <https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/1556/1515>
- Joseph P. Cannon. Perreault. Jr. William D., McCarthy. E. Jerome. 2008. *Pemasaran Dasar . Pendekatan Manajerial Global*. Edisi Keenam Belas. Jakarta. Penerbit Salemba Empat
- James F Engel. et al. 2006. *Customer Behavior*. Diterjemahkan oleh. F X. Budiyanto. Perilaku Konsumen. Jilid II. Jakarta. Penerbit Binarupa Aksara
- Johanes Suprpto. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen*. Edisi 2. Yogyakarta. Penerbit Andi
- Jill Griffin. 2003. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Kazmier Leonard J. 2005. *Statistik Untuk Bisnis*. Edisi Ketiga. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Kadek Ria Mariska Antari. 2014. *Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja Pada Mini Market Sastra Mas Tabanan*. <https://media.neliti.com/.../5235>
- Muhtarom. 2014. *Analisis Kualitas Pelayanan. Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan SBC Semarang*. [jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/viewFile/307/303](http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/viewFile/307/303)
- Margaretha. 2003. *Kualitas Pelayanan. Teori dan Aplikasi*. Jakarta. Penerbit Mandar Maju
- Mudrajat Kuncoro. 2001. *Metode Kuantitatif . Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta . UPP-AMP YKPN
- Oldy Ardhana. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan. Harga dan. Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar. Semarang)*. <http://eprints.undip.ac.id/22960/1/Skripsi.PDF>
- Philip Kotler. 2006. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta. Penerbit Prenticehallindo
- Philip Kotler dan Armstrong. 2007. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta. Erlangga
- Philip Kotler and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta. Erlangga
- Philip Kotler dan AB Susanto. 2005. *Manajemen Pemasaran di Indonesia . Analisis. Perencanaan. Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat
- Richard L. Olivier. 1997. *Satisfaction. A Behavioral Perspective On The Consumer*. The McGraw-Hill Companise. Inc . New York
- Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat
- R. Sukanto dkk. 2002. *Organisasi perusahaan*. Yogyakarta. BPFE
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Penerbit CV. Alfabeta
- Syofian Siregar. 2013. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Penerbit Bumi Aksara
- Singgih Santoso. 2001. *SPSS Versi 10. Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta. Penerbit PT Elex Media Komputindo
- Wiratna Sujarweni. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Baru Press
- Valerie Zeithaml. 2000. *Measuring The Quality of Relationship in Customer Service . An Empirical Study*. Journal of Marketing