

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Teman Kopi Malang)

Oleh:

Surya Dio Alby Wicaksono *)

M. Ridwan Basamalah **)

Afi Rachmat S *)**

Email: suryadhio24@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

The culinary industry in Indonesia has developed since the early 2000s, giving rise to intense competition in the industry. The number of businesses that have sprung up has resulted in an increase in the number of similar businesses causing increasingly fierce competition. To deal with such situations and conditions, business actors are required to be quick and responsive in making decisions so that the businesses they establish can develop well. This study aims to determine how the influence of service quality, location and price on customer satisfaction, the effect of service quality on customer satisfaction, the effect of location on customer satisfaction and the effect of price on customer satisfaction.

This study uses a qualitative approach. The population in this study were consumers of Kedai Teman Kopi Malang. The sample in this study was 75 respondents obtained from the results of calculations using the Slovin formula. The variables in this study are Service Quality (X1), Location (X2), Price (X3) and Consumer Satisfaction (Y). The data analysis method used is validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear analysis, hypothesis testing and coefficient of determination with the help of SPSS 20.0 software for windows.

The results showed that Service Quality, Location and Price Simultaneously Affect Consumer Satisfaction. Service Quality Partially Affects Consumer Satisfaction. Location Partly Affects Consumer Satisfaction. Price Partly Affects Consumer Satisfaction.

Keywords: Service Quality, Location, Price and Consumer Satisfaction

Pendahuluan

Latar Belakang

Industri kuliner di Indonesia mengalami perkembangan sejak awal tahun 2000 menyebabkan persaingan yang ketat pada industri tersebut. Banyaknya bisnis yang muncul menyebabkan peningkatan jumlah bisnis tersebut, sehingga meningkatkan persaingan. Untuk menghadapi situasi dan situasi seperti itu, wirausahawan perlu memutuskan yang terbaik agar berhasil usaha yang telah mereka dirikan dapat berkembang. Dalam dunia persaingan usaha, investor dituntut untuk bisa bertahan dan menang dalam bersaing dengan kompetitor lainnya. Penting bagi perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran untuk menyenangkan pelanggan dan bertahan di pasar yang kompetitif.

Menjaga kepentingan konsumen dalam hal kebutuhan dan kepuasan terhadap pelayanan merupakan kunci keberhasilan usaha dalam menghadapi kondisi cuaca buruk. Perusahaan harus bisa menyediakan layanan yang bermanfaat dan diharapkan bisa membuat kesan yang baik kepada penggunanya, terutama dalam memberikan kepuasan melalui produk dan layanan yang diberikan.

Rumusan Masalah

- a) Apakah kualitas pelayanan, lokasi dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Teman Kopi Malang?
- b) Apakah kepuasan konsumen Teman Kopi Malang Terpengaruh oleh Kualitas Pelayanan?
- c) Apakah kepuasan konsumen Teman Kopi Malang Terpengaruh oleh Lokasi?
- d) Apakah kepuasan konsumen Teman Kopi Malang Terpengaruh oleh Harga?

Tujuan Penelitian

- a) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Teman Kopi Malang.
- b) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Teman Kopi Malang.
- c) Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Teman Kopi Malang.
- d) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Teman Kopi Malang.

Manfaat Penelitian

- a. Bagi Perusahaan:

Dengan adanya penelitian ini peneliti berharap menjadi tambahan informasi kepada pihak Teman Kopi Malang mengenai hal-hal yang dibutuhkan oleh pelanggan, dan penelitian ini dapat menjadi acuan untuk meningkatkan tingkat promosi dalam pemasaran sehingga dapat meningkatkan hasil penjualannya.

- b. Bagi Pihak lain:

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan selanjutnya untuk fokus penelitian yang relevan khususnya pada bidang manajemen pemasaran.

Tinjauan Pustaka

Penelitian Terdahulu

Ahror (2017) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Milkmo”. Dengan sampel penelitian yaitu 100 responden dimana responden adalah pelanggan yang pernah berkunjung di Cafe Milk Sidoarjo dan accidental sampling dijadikan sebagai metode pengambilan sampel. SPSS dipilih untuk menjadi metode analisis data dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan, lokasi dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sofyan (2019) melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada What’s Up Café Manado”. Dalam penelitian ini responden yang digunakan adalah konsumen yang berkunjung ke What’s Up Café Manado yang

berjumlah 15.025 orang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 99 responden. Analisis linier berganda dipilih untuk dijadikan metode analisis data. Secara bersama-sama kualitas pelayanan, harga dan lokasi memiliki pengaruh kepada kepuasan pelanggan di Whats' Up Café Manado. Dan secara mandiri menunjukkan bahwa harga tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada What's Up Café di Manado.

Sholikah (2020) dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Paras Snack Di Kabupaten Boyolali Tahun 2019)”. 100 pelanggan Paras Snack digunakan sebagai sampel dan penyebaran kuesioner dilakukan kepada seluruh responden. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen, sedangkan yang memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen secara mandiri adalah harga dan lokasi. Lalu hasil penelitian secara simultan menunjukkan ketiga variabel dependen berpengaruh pada variabel independent.

Donovan (2020) dalam judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor”. Dari banyaknya pengunjung Hotel Suryakencana kota Bogor, 100 orang dijadikan responden dalam penelitian ini. Pengolahan analisis perhitungan dalam penelitian ini memakai bantuan SPSS. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan merupakan hasil dari penelitian ini.

Garoda (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Mcdonald's Cijantung”. 100 responden konsumen Restoran Mcdonald's Cijantung merupakan sampel dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel terikat secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran McDonald's Cijantung. Hasil lain pengujian menunjukkan kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel bebas. Namun pada variabel harga dan promosi tidak berpengaruh terhadap variabel bebas.

Kepuasan Konsumen

Priansa (2017:196) menyatakan “bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:59) menyatakan “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Lokasi

Menurut Kasmir (2016:129) lokasi merupakan “tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajang barang-barang dagangannya. Dapat dikatakan juga bahwa lokasi merupakan suatu area yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran”.

Harga

Menurut Kasmir (2016:129) pengertian lokasi adalah “tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajang barang-barang dagangannya. Dapat dikatakan juga bahwa lokasi merupakan suatu area yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran”.

Kerangka Konseptual



Keterangan:

—————> : Pengaruh simultan
 - - - - -> : Pengaruh parsial

Hipotesis

H1: Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen.

H2: Kepuasan Konsumen terpengaruh pada Kualitas Pelayanan.

H3: Kepuasan Konsumen terpengaruh pada Lokasi.

H4: Kepuasan Konsumen terpengaruh pada Harga.

Hasil Analisis

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,776	0,227	Valid
	X1.2	0,708	0,227	Valid
	X1.3	0,723	0,227	Valid
	X1.4	0,879	0,227	Valid
	X1.5	0,724	0,227	Valid
Lokasi (X2)	X2.1	0,280	0,227	Valid
	X2.2	0,766	0,227	Valid
	X2.3	0,761	0,227	Valid
	X2.4	0,807	0,227	Valid
	X2.5	0,742	0,227	Valid
Harga (X3)	X3.1	0,683	0,227	Valid
	X3.2	0,800	0,227	Valid
	X3.3	0,787	0,227	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,788	0,227	Valid
	Y.2	0,806	0,227	Valid
	Y.3	0,760	0,227	Valid

Sumber: Data diolah (2022)

Tabel 1 menjabarkan mengenai hasil nilai koefisien korelasi (rtabel) 0,227 pada indicator item pertanyaan penelitian ini dimana hal ini menunjukkan bahwa item pertanyaan sudah valid dan sesuai untuk melakukan penelitian.

Uji Realibilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Standard Nilai	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,715	0,60	Reliabel
Lokasi (X2)	0,894	0,60	Reliabel
Harga (X3)	0,616	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,714	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah (2022)

Tabel 2 menjabarkan bahwa penelitian dikatakan reliable karna nilai Cronbach's Alpha adalah dibawah Standart Nilai.

Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

Tabel 3 menjabarkan hasil keputusan data sesuai dengan dasar pengambilan keputusan yang dibuktikan dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,835 > 0,05$.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
				Unstandardized Residual	
N				75	
Normal Parameters ^a		Mean		.0000000	
		Std. Deviation		1.81656305	
Most Extreme Differences		Absolute		.138	
		Positive		.078	
		Negative		-.138	
Kolmogorov-Smirnov Z				1.379	
Asymp. Sig. (2-tailed)				.835	

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	.553	1.608		.344	.732		
	Kualitas Pelayanan	.304	.097	.282	3.135	.002	.475	2.105
	Lokasi	.403	.105	.342	3.820	.000	.480	2.085
	Harga	.274	.074	.296	3.704	.000	.603	1.659

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Tabel 4 menjabarkan nilai VIF pada Kualitas Pelayanan (X1) $2,105 < 10,00$ dan Lokasi (X2) $2,085 < 10,00$ dan Harga (X3) $1,659 < 10,00$. Sedangkan nilai torelance pada Kualitas Pelayanan (X1) $0,475 > 0,10$ dan Lokasi (X2) $0,480 > 0,10$ dan Lokasi (X3) $0,603 > 0,10$.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.274	1.093		2.081	.040
Kualitas Pelayan	.028	.066	.064	.433	.666
Lokasi	.053	.072	.049	.746	.457
Harga	.023	.050	.059	.456	.650

a. Dependent Variable: RES2

Tabel 5 tidak memperlihatkan terjadinya gejala model regresi pada uji heteroskedastisitas dibuktikan dengan hasil perhitungan masing-masing variabel lebih besar dari 0,05.

Model Regresi Linear Berganda

Tabel 6 Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.553	1.608		.344	.732
Kualitas Pelayan	.304	.097	.282	3.145	.003
Lokasi	.403	.105	.342	3.820	.000
Harga	.274	.074	.296	3.704	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

$$Y = 0,553 + 0,304X_1 + 0,403X_2 + 0,274X_3 + e$$

- Y = variabel bebas memprediksikan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Dan di prediksi oleh variabel Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga.
- a = nilai kostanta sebesar 0,553. Dimana pengaruh 3 variabel adalah positif, ini mengidentifikasi kenaikan pada ketiga variabel sehingga akan disusul dengan kenaikan Kepuasan Konsumen.
- b₁ = Kualitas Pelayanan (X₁) bernilai sebesar 0,304 (positif) yang menunjukkan besaran pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.
- b₂ = Lokasi (X₂) bernilai sebesar 0,403 (positif) yang menunjukkan besaran pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen.
- b₃ = Harga (X₃) bernilai sebesar 0,274 (positif) yang menunjukkan besaran pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

Uji Hipotesis

Uji F

Tabel 7 Hasil Uji Statistik F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	558.070	3	186.023	54.664	.000 ^a
	Residual	326.690	72	3.403		
	Total	884.760	74			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Tabel 7 memperlihatkan bahwa seluruh variabel terikat berpengaruh terhadap variabel bebas, yang di buktikan dari nilai Sig. kurang dari 0,05.

Uji t

Tabel 8 Hasil Uji Statistik T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.553	1.608		.732
	Kualitas Pelayan	.304	.097	.282	.002
	Lokasi	.403	.105	.342	.000
	Harga	.274	.074	.296	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

1. kualitas pelayanan (X1) memperoleh nilai thitung 3,135 sehingga dapat dikatakan berpengaruh pada variabel bebas penelitian ini.
2. lokasi (X2) memperoleh nilai thitung 3,820 yang menunjukkan lokasi berpengaruh pada variabel bebas penelitian ini.
3. harga (X3) memperoleh nilai thitung 3,704 yang menunjukkan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Adjusted R Square

Tabel 9 Hasil Adjusted R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.794 ^a	.631	.619	1.735

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga

Tabel 9 memperlihatkan hasil R Square sebesar 0,631 atau 63,1%. Ini mengindikasikan penelitian didominasi sebesar 63,1% sedangkan 36,9% lainnya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak tercantumkan.

Implikasi Hasil Penelitian

Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis memperlihatkan Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Teman Kopi Malang. Hasil yang telah di teliti sesuai juga dengan penelitian Sofyan (2019), Solikah (2020), Donovan (2020) dan Garoda (2021) dengan hasil penelitian berpengaruh signifikan antara variabel diatas.

Kualitas Pelayanan Secara Parsial Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis memperlihatkan Konsumen Teman Kopi Malang terpengaruh oleh variabel Kualitas Pelayanan. Responden memberikan persepsi yang baik dan merasa puas terhadap kualitas pelayanan Teman Kopi Malang yaitu diantaranya karena proses pelayanan yang diberikan cepat dan cekatan. Hasil yang telah diteliti juga sesuai dengan penelitian Sofyan Ahror (2017), Sofyan (2019) dan Donovan (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Lokasi Secara Parsial Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis memperlihatkan Konsumen Teman Kopi Malang terpengaruh oleh variabel Lokasi. Konsumen merasa puas berdasarkan letak lokasi Teman Kopi Malang yang tepat berada di pinggir jalan besar yang memudahkan konsumen dalam menjangkau lokasi dengan adanya petunjuk jalan, lahan parkir, lalu lintas yang lancar serta didukung oleh lingkungan sekitar Teman Kopi Malang yang nyaman. Hasil yang telah diteliti juga sesuai dengan penelitian Sofyan (2019), Solikah (2020) dan Garoda (2021) yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terpengaruh dengan penempatan lokasi.

Harga Secara Parsial Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis memperlihatkan Harga secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Teman Kopi Malang. Responden memberikan persepsi yang baik dan merasa puas terhadap harga yang ditawarkan Teman Kopi Malang. Hasil yang telah diteliti juga sesuai dengan penelitian Ahror (2017), Solikah (2020) dan Donovan (2020) dimana kepuasan konsumen terpengaruh oleh harga yg di tawarkan.

Simpulan dan Saran

Simpulan

- a) Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen.
- b) Kepuasan Konsumen terpengaruh pada Kualitas Pelayanan.
- c) Kepuasan Konsumen terpengaruh pada Lokasi.
- d) Kepuasan Konsumen terpengaruh pada Harga.

Keterbatasan

- a) Kuesioner digunakan sebagai metode pengumpulan data untuk penelitian ini. Keterbatasan survei menggunakan survei adalah tidak dapat memberikan informasi rinci yang dapat dikumpulkan.
- b) Meskipun ada beberapa variabel yang dapat mengindekasikan dalam menentukan dampaknya pada kepuasan konsumen, hanya variabel kualitas layanan, lokasi, dan harga yang digunakan dalam penelitian ini.
- c) Survei ini terbatas pada wawancara dengan orang berusia di atas 15 tahun yang berdagang di Kedai Teman Kopi Malang dan tinggal di Kota Malang.

Saran

a) Bagi Perusahaan:

Kedai Teman Kopi Malang dapat mengembangkan berbagai cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang diberikan kepada konsumen selain kualitas pelayanan, lokasi dan harga.

b) Bagi peneliti selanjutnya

1. Tambahkan variabel lain untuk menyempurnakan hasil analisis survei.
2. Tingkatkan jumlah responden di survei mendatang.

Daftar Pustaka

- Ahror, Ubaidillah A. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Milkmo. Jurnal Ilmu Manajemen, 6(3): 1-20.
- Donovan, Raynaldo S. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor. Jurnal Ilmiah Pariwisata, 1(1): 1-8.
- Garoda, Inang Sriwanti S. 2021. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran McDonald's Cijantung. Jurnal Ilmiah Indonesia, 6(6): 2833-2841.
- Kasmir. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Praktik. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Priansa, Donni Juni. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sholikhah, Isnaini. dkk. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Paras Snack di Kabupaten Boyolali Tahun 2019). Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi, 8(2): 41-48.
- Sofyan, Chairudin. dkk. 2019. Pengaruh Kulaitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada What's Up Cafe Manado. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 7(3): 4230-4240.
- Tjiptono, Fandi dan Chandra, Gregorius. 2016. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Surya Dio Alby Wicaksono *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

M. Ridwan Basamalah **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Afi Rachmat ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma