

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Lesehan D'dadoz (Studi Kasus pada Pelanggan Lesehan D'dadoz Kota Blitar)

Nikmatur Rosidah^{*)}

N Rachma^{**)}

Khalikussabir^{***)}

Email : nikmaturrosidah69@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to test the Effect of Service Quality, Price, and Location on Lesehan D'dadoz Customer Satisfaction. The number of samples was determined using the Maholtra formula and the results of 90 respondents were obtained. The data was obtained by distributing questionnaires to customers of lesehan d'dadoz selected by purposive sampling. Data analysis in this study used SPSS version 29. The data testing techniques used in this study include validity tests, reliability tests, normality tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis tests, f tests, t tests and coefficient of determination (R²) tests. The results of this study show that the quality of service, price and location have a positive and significant effect on customer satisfaction

Keywords: Service Quality,, Price, Location, Customer Satisfaction

Pendahuluan

Latar Belakang

Pada masa Modern ini, banyak sekali orang berlomba-lomba menciptakan usaha baru. Mulai dari makanan, minuman, hingga hiburan. hal ini mengakibatkan banyaknya kompetitor baru berlomba-lomba untuk mempertahankan usahanya.

Untuk menyikapi situasi dan kondisi tersebut para pelaku usaha harus mampu beradaptasi dan menyesuaikan diri dalam persaingan dengan cara cepat dan tanggap dalam menentukan keputusan agar usaha mereka dapat bertahan dan berkembang dengan baik.

Kualitas dari suatu pelayanan merupakan salah satu strategi agar pelanggan dapat bertahan dan menjangkau lebih banyak konsumen. Kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan bertujuan sebagai upaya untuk memberi rasa nyaman kepada pelanggan dan nilai rasa yang lebih tinggi dari harapan konsumen. Apa yang diharapkan

Selain faktor kualitas pelayanan, faktor harga juga termasuk hal-hal yang diinginkan oleh pelanggan. Penentuan harga harus dilihat dari segmen pasar konsumen yang dituju agar konsumen mampu membeli produk tersebut. Dari sisi

Selain faktor harga, lokasi juga merupakan penentuan pendukung agar Usaha dapat berjalan dengan baik. Lokasi yang strategis dan sesuai dengan target pasar akan membuat usaha semakin berkembang. Pelaku usaha yang berkecimpung dalam bidang jasa seperti ini harus pintar dalam menentukan lokasi yang bagus dan nyaman. Kepuasan Pelanggan juga berpengaruh pada lokasi. Jika

Untuk dapat bersaing dengan beberapa rumah makan di wilayah tersebut, Pemilik usaha harus merencanakan secara matang kedepannya agar konsumen dapat memutuskan menjadi pelanggan tetap dan memilih Lesehan D'dadoz ini. Pemilik usaha harus mempertimbangkan baik segi kualitas pelayanan, harga dan juga lokasi yang tepat, agar mampu memberikan kepuasan bagi konsumen yang mengunjunginya. Apabila hal-hal seperti kualitas pelayanan, harga dan juga lokasi tidak dipikir

secara matang, akan menyebabkan ketidakseimbangan antara keinginan dan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan, harga, dan lokasi di Lesehan D'dadoz tersebut.

Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan pada Lesehan D'dadoz?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Lesehan D'dadoz?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Lesehan D'dadoz?
4. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Lesehan D'dadoz?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada lesehan D'dadoz..
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada lesehan D'dadoz.
3. Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan pada lesehan D'dadoz.
4. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada lesehan D'dadoz.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono (2011), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

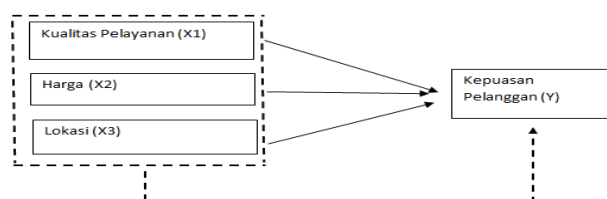
Harga

Menurut Philip Kotler (2012) harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang memngaruhi pembeli, hal ini berlaku dalam Negara miskin, namun faktor non harga telah menjadi menjadi lebih penting dalam perilaku memilih pembeli pada dasawarsa (10 tahun) ini. Dalam arti yang paling sempit harga (*price*) adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa.

Lokasi

Menurut Kotler (2012:92) Place (tempat) atau Lokasi yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran

Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Hipotesis

H1: Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

H2: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

H3: Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

H4: Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, pada responden lesehan D'dadoz. Waktu penelitian ini mulai bulan Januari- Februari 2023.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yakni Pelanggan Lesehan D'dadoz Kota Blitar, yang mana jumlah populasi tidak diketahui, metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, karena jumlah populasi tidak diketahui maka sampel diambil menggunakan rumus *Malhotra*, yang diperoleh jumlah sampel minimal dalam penelitian 90 responden.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan (TIMES NEW ROMAN; font 12; bold; sentence case, left)

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Nilai KMO	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0,768	Valid
Kualitas Pelayanan	0,838	Valid
Harga	0,891	Valid
Lokasi	0,798	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas instrument penelitian diketahui bahwa semua indikator dari masing-masing variabel dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0,935	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,941	Reliabel
Harga	0,955	Reliabel
Lokasi	0,888	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* rata-rata keseluruhan $> 0,6$

Uji Normalitas

Tabel 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		Kualitas Pelayanan	Harga	Lokasi	Kepuasan Pelanggan
N		90	90	90	90
Normal Parameters ^a	Mean	20.0333	20.0667	20.1667	11.7333
	Std. Deviation	3.19216	3.11863	2.99531	1.88310
Most Extreme Differences	Absolute	.182	.209	.200	.279
	Positive	.182	.209	.200	.255
	Negative	-.140	-.147	-.133	-.279
Kolmogorov-Smirnov Z		1.726	1.978	1.897	2.642
Asymp. Sig. (2-tailed)		.099	.072	.086	.084

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,099 (Kualitas pelayanan) 0,072 (Harga) 0,086 (Lokasi) 0,084 (Kepuasan Pelanggan). maka tidak ada gejala atau bisa dikatakan data normal

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel 4 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas pelayanan	.491	2.036
	Harga	.331	3.023
	Lokasi	.352	2.842

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan VIF kurang dari 10. Maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.576	1.825		3.055
	Kualitas Pelayanan	.120	.453	-.246	2.346
	Harga	.137	.342	-.175	1.649
	Lokasi	.020	.267	-.034	2.538

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi lebih besar dari 0,05.

Uji Hipotesis

Uji Regresi Simultan (Uji F)

Tabel 6 Uji Regresi Simultan (Uji F)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.576	1.825		3.055
	Kualitas Pelayanan	.120	.453	-.246	2.346
	Harga	.137	.342	-.175	1.649
	Lokasi	.020	.267	-.034	2.538

Berdasarkan hasil uji F (uji regresi simultan) dapat diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Sehingga variabel *Kualitas pelayanan*, *Harga* dan *Lokasi* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Regresi Parsial (Uji t)

Tabel 7 Uji Regresi Parsial (Uji t)

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	2.599	.011
Kualitas Pelayanan	.125	.007
Harga	2.426	.004
Lokasi	6.719	.000

Berdasarkan hasil uji t (uji regresi simultan) dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi signifikan

Analisis Regresi Linier Berganda**Tabel 8 Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients				
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.659	1.408		2.599	.011
Kualitas Pelayanan	.017	.134	.011	.125	.007
Harga	.210	.087	.224	2.426	.004
Lokasi	.603	.090	.628	6.719	.000

$$Y = 3,659 + 0,017X_1 + 0,210X_2 + 0,603X_3 + e$$

Penjelasan:

- Konstanta (a) sebesar 3.659, hal ini menunjukkan bahwa nilai variabel kepuasan pelanggan (Y) akan sebesar konstanta dan positif saat nilai koefisien variabel X_1 , X_2 , dan X_3 sebesar 0.
- Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (β_1) sebesar 0,017 hal ini menunjukkan bahwa apabila kondisi ruangan di Lesehan D'dadoz tertata rapi, karyawan sigap melayani pelanggan, kemudian karyawan lesehan D'dadoz melayani dengan ramah maka kepuasan pelanggan Lesehan D'dadoz akan meningkat dengan asumsi variabel lain tetap.
- Koefisien regresi variabel Harga (β_2) sebesar 0,210 hal ini menunjukkan bahwa apabila Harga yang ditawarkan Lesehan D'dadoz terjangkau oleh pelanggan, Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk, kemudian Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan pelanggan maka kepuasan pelanggan Lesehan D'dadoz akan meningkat dengan asumsi variabel lain tetap.
- Koefisien regresi variabel Lokasi (β_3) sebesar 0,603 hal ini menunjukkan bahwa apabila lokasi lesehan D'dadoz mudah dijangkau oleh pelanggan, Lokasi Lesehan D'dadoz berada di lingkungan yang aman, maka kepuasan pelanggan lesehan D'dadoz akan meningkat dengan asumsi variabel lain tetap.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)**Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 ^a	.648	.636	1.80727

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (adjusted R^2) sebesar 0,636 atau 63,6% yang menunjukkan hasil dari variabel kualitas pelayanan, harga dan Lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar 36,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Implikasi Hasil Penelitian**Pengaruh Kualitas pelayanan (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Hal yang telah didapat didalam penelitian ini diketahui bahwa Variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh hasil uji F simultan yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lesehan D'dadoz. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu A. Anshar dkk (2019) dengan judul "Pengaruh Lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Jalur Nugraha Eka kurir (JNE) Gunung Anyar Surabaya". A. Riztando (2020) : "pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Rumah makan Kedai Ibu di Surakarta".

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Lesehan D'dadoz

Dari hasil uji regresi pada penelitian ini diketahui bahwa Variabel kualitas pelayanan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.000. dari uji t parsial pada variabel kualitas pelayanan yang memiliki nilai t 0,125 dengan signifikansi $0.000 < 0,05$ maka dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan Lesehan D'dadoz. Hal ini sejalan dengan penelitian A. Anshar (2019) "Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Gunung Anyar Surabaya". yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Promosi Harga (X2) terhadap Kepuasan pelanggan (Y) Lesehan D'dadoz

Dari hasil uji regresi pada penelitian ini diketahui bahwa variabel Harga memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,004. Dari uji t parsial pada variabel harga memiliki nilai t 2.426 dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ maka dapat diketahui bahwa variabel harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lesehan D'dadoz.

Hal ini sejalan dengan penelitian A. Anshar (2019) dengan judul "pengaruh Lokasi, harga., dan Kualitas Pelayanan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Gunung Anyar Surabaya". Yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan.

Pengaruh Lokasi (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Lesehan D'dadoz

Hasil uji regresi pada penelitian ini diketahui bahwa Variabel Lokasi memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.007. dari uji t parsial pada variabel lokasi yang memiliki nilai t 6.719 dengan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ maka dapat diketahui bahwa variabel Lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini sejalan dengan penelitian A. Anshar (2019) "pengaruh Lokasi, harga., dan Kualitas Pelayanan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Gunung Anyar Surabaya". Yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

1. Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Lesehan D'dadoz.
2. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Lesehan D'dadoz.
3. Harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Lesehan D'dadoz.
4. Lokasi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Lesehan D'dadoz.

Keterbatasan

1. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sangat terbatas sehingga kurang mampu memberikan kontribusi yang signifikan.
2. keterbatasan penelitian yang dilakukan ini hanya dilaksanakan pada Lesehan D'dadoz dan untuk mengukur Kepuasan Pelanggan ada banyak variabel yang dapat digunakan akan tetapi yang diteliti oleh peneliti hanya menggunakan 3 variabel saja yaitu hanya menggunakan variabel kualitas pelayanan, Harga dan lokasi.

Saran

- 1) Kualitas pelayanan memiliki potensi yang besar untuk memengaruhi pelanggan agar Usaha semakin berkembang. Disarankan bagi Lesehan D'dadoz untuk meningkatkan Kualitas pelayanan dengan semaksimal mungkin agar pelanggan puas akan pelayanan dan Produk.
- 2) Harga merupakan hal penting dalam sebuah produk. Disarankan Lesehan D'dadoz untuk terus mempertahankan Kualitas sebagaimana harga yang ditawarkan kepada pelanggan.
- 3) Lokasi memiliki peran penting untuk menjangkau pelanggan agar usaha semakin berkembang. Disarankan bagi Lesehan D'dadoz untuk mempertahankan Lokasi terutama tempat parkir yang aman demi kenyamanan pelanggan.

Referensi

- A. Muhajir Nasir. (2016). Statistik Pendidikan. In *Media Akademi*.
<https://doi.org/10.31227/osf.io/judwx>
- Abarca, R. M. (2021). PENGARUH PROMO OVO TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI GRAB (Studi Korelasi tentang Pengaruh Promo OVO terhadap Penggunaan Aplikasi Grab pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara). *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.
- Adhari, L. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*.
- Anshar, A., & Mashariono. (2019). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(4), 1–16.
- Astuti, A. D. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Mutiara Motor Yogyakarta. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta*.
- Budiono, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan Dimasa Pandemi Covid-19. *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 223–247. <https://doi.org/10.37729/sjmb.v17i2.6868>
- Dwiyantono, T. N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(9), 1689–1699.
- Fadilah, G. N. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Kolong Jember*.
- Firmansyah, A. (2019). Dr. M. Anang Firmansyah, SE., MM. Pemasaran (Dasar dan Konsep) i. *Pemasaran*, 396. https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/334057497_PEMASARAN_dasar_dan_konsep/links/5d14be6592851cf4404f63a8/PEMASARAN-dasar-dan-konsep.pdf
- Indah, D. R. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT . Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa*. 3(1), 1–8.
- Junaidi. (2010). Processing Data Penelitian Menggunakan SPSS. *Pusat Kajian Dan Pendidikan Dan Pelatihan Aparatur IV Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia*, 53(9), 1–22.
- Ngatno, D. D. (2017). *Manajemen Pemasaran* (p. 361).
- Nurhalimah, SITI, Leonardo Budi Hasiholan, dan C. H. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Garasi Di Ungaran). *Journal of Management*, 4(4), 1–15.
- Prasetya, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Villa Cahaya Pacet Mojokerto. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(11), 1–16. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2592>
- Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press*.
- RI, M. K. (2019). No TitleEAENH. *Ayan*, 8(5), 55.

- Riztando, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Kedai Ibu di Surakarta. *Publikasi Ilmiah*.
<http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/80955%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/80955/12/npavi%28Mnj%29r.pdf>
- Satisfaction, C. (2002). *Issn: 2443-2164 e-issn 2621-2358*. 70–78.
- Sholikah, I., Safitri, U. R., & T N K, A. F. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen Paras Snack Di Kabupaten Boyolali Tahun 2019). *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(2), 41–48. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i2.475>
- Sofyan, C., Sepang, J. L., & Loindong, S. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN , HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WHT ' S UP CAFÉ MANADO THE EFFECT OF WORK EXPERIENCE , COMPENSATION , AND MOTIVATION ON EMPLOYEE PERFORMANCE IN PT. UNILEVER . TBK AT MANADO*. 7(3), 4230–4240.
- Sukiati, " Metode Penelitian ". (2016). *buku Metopel 2016.pdf*.
- Tombeng, B., Roring, F., & Farlane S. Rumokoy. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 891–900.
- Widyasari, N. (2019). *Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kafe De Classe Gelato & Coffe Kota Blitar)*. 1, 105–112.
- Williianti. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.

Nikmatur Rosidah *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

N. Rachma **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Khalikussabir ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma