

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PARKIR DEPAN COFFEE DI BANJARAN KOTA KEDIRI

Arif Diantoro¹, Diana Ambarwati², Nurali Agus Najibul Z³

Manajemen Pemasaran, Universitas Islam Kadiri, Kediri, Indonesia

Email : diantoroarif1999@gmail.com¹, dianaambarwati@uniska-kediri.ac.id²,
nuraliagus@uniska-kediri.ac.id³

ABSTRAK

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian adalah masalah manajemen pemasaran yang berfokus pada strategi kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Tujuan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simlutan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang ditemui peneliti di Parkir Depan *Coffee* Banjaran Kota Kediri dengan sampel sebanyak 87 responden. Pengumpulan data menggunakan instrument kuisisioner dan teknik analisis data melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis penelitian. Berdasarkan hipotesis penelitian diperoleh bahwa : Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terlihat dari nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terbukti dari nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung terbukti dari nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan terlihat dari signifikan uji F sebesar $0,000 < sig. 0,05$.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan; Harga; Lokasi; Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The problem raised in the research is the problem of marketing management which focuses on strategies for service quality, price and location on consumer satisfaction. The aim of the research is to determine and analyze the influence of service quality, price and location on consumer satisfaction, both partially and simultaneously. This research uses a quantitative approach, the population in this research is all visitors met by researchers at the Front Parking of Coffee Banjaran, Kediri City with a sample size of 87 respondents. Data collection uses questionnaire

Article History

Received: Desember 2024

Reviewed: Desember 2024

Published: Desember 2024

Plagirism Checker No 223

DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

instruments and data analysis techniques through validity, reliability, classical assumption tests, multiple linear regression tests and research hypothesis tests. Based on the research hypothesis, the results obtained are that: Service Quality partially has a significant effect on consumer satisfaction as seen from the significance value of $0.000 < 0.05$. Price partially has a significant effect on consumer satisfaction seen from the significance value of $0.000 < 0.05$. Location partially has a significant effect on the decision to visit seen from the significance value of $0.000 < 0.05$. Service quality, price and location simultaneously have a significant effect on service quality as seen from the significant F test of $0.000 < sig. 0.05$.

Keywords: Service Quality, Price, Location, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi di Indonesia telah berkembang sangat baik. Hal tersebut terlihat dengan pesatnya perkembangan dunia bisnis, dimana semakin banyak pebisnis membuka dan mengembangkan bisnis mereka. Perkembangan yang sangat ketat menuntut pebisnis untuk menentukan strategi yang tepat untuk berkompetisi, yaitu usaha dalam pemenuhan kebutuhan konsumen yang sangat bervariasi. Bisnis jasa saat ini banyak berkembang dalam memenuhi kebutuhan konsumen dari setiap kalangan mulai dari pelajar sampai pekerja yang membutuhkan hiburan untuk melepas efek jenuh mereka. Bisnis jasa yang berkembang pesat di Indonesia saat ini adalah *coffee shop*.

Tjiptono (2015:146), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Jika seseorang yang dimana kebutuhan dan keinginannya bisa terpenuhi maka seseorang tersebut akan merasa puas. Kepuasan konsumen biasanya dipengaruhi dari kualitas pelayanan yang diberikan, harga yang ditawarkan sesuai, bahkan bisa dari lokasi tersebut.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Suatu pelaku bisnis yang memberikan kualitas pelayanan yang baik mendapat nilai lebih bagi konsumen. kualitas pelayanan merupakan tingkat unggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Maka dari itu kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Penelitian yang dilakukan Sofyan *et al.*, (2019) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan menurut Safavi dan Hawignyo (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa. Kehidupan bisnis, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Harga yang ditawarkan menjadi

bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Harga adalah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya. Harga juga dapat diartikan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk (Kodu, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Sholikah *et al.*, (2020) mengemukakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil penelitian Pongoh (2013) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Faktor selanjutnya yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen adalah lokasi. Tjiptono (2015:345), mengemukakan bahwa lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Pemilihan lokasi merupakan salah satu strategi bisnis, dalam penerapan strategi bisnis ini akan mempertimbangkan beberapa faktor. Pemilihan lokasi yang tepat tentu akan membawa banyak keuntungan dan kemudahan dalam menjalankan satu usaha. Dari hasil penelitian Nugroho dan Astuti (2021) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Beda dengan hasil penelitian Situmeang (2017) mengemukakan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini berlokasi di Parkir Depan Coffee, tepatnya Jl. Slamet Riadi, No. 15, Kediri. Parkir Depan coffee merupakan tempat yang menyediakan berbagai makanan dari makanan berat sampai makanan ringan, tidak hanya makanan saja Parkir Depan Coffee juga menyediakan berbagai macam minuman kopi. Suasana di Parkir Depan Coffee ini cukup cocok untuk digunakan mengerjakan tugas ataupun sekedar bersantai keluarga, teman, maupun pasangan, karena lokasinya yang sedikit jauh dari jalan raya sehingga tidak bising dari kendaraan, selain itu desain *Coffee Shop* yang dibuat Indoor dan Outdoor, membuat konsumen mempunyai pilihan untuk menikmati duduk di Indoor ataupun sebaliknya. Namun terdapat masalah mengenai penurunan tingkat kepuasan konsumen yang diakibatkan dari problem internal maupun eksternal *Coffee Shop* tersebut.

Permasalahan yang muncul dari hasil pengamatan peneliti yaitu pelayanan yang diberikan Parkir Depan Coffee dalam hal tingkat waktu melayani pesanan masih tergolong cukup lama, namun hal ini terjadi karena menu yang ditawarkan Parkir Depan *Coffee* ini memang memiliki tingkat kesulitan yang lumayan, dimana seperti yang kita ketahui *Coffee Shop* tidak hanya mengunggulkan citarasanya saja tetapi juga penampilan menu tersebut. Masalah lain juga muncul dari penetapan harga yang dilakukan oleh Parkir Depan Coffee. Harga yang ditetapkan diatas jajaran pebisnis yang sama, padahal dari kualitas rasa sama saja dengan *Coffee Shop* lain yang ada di Kota Kediri. Tidak hanya masalah di atas, tetapi juga terdapat masalah yang timbul dari sisi lokasi. Lokasi Parkir Depan Coffee ini terlalu dekat dengan jalan, sehingga untuk tempat terlalu sangat sempit. Konsumen yang mengendarai mobil tidak bisa parkir di area *Coffee Shop*, biasanya bagi pengunjung yang membawa mobil harus parkir di dekat jalan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas pelayanan

Menurut Surjono (2018) pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. *Service* berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya pun akan mengenai heart share konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam mind share konsumen. Dengan adanya heart share dan mind share yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan.

Harga

Pradana, Hudayah and Rahmawati (2018), menyatakan bahwa harga dalam arti sempit merupakan jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, sedangkan dalam arti luas adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Lokasi

Menurut Handayani and Antono (2019), Menentukan lokasi tempat untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting bagi suatu bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan oleh para cendekiawan mengikuti pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan ini melibatkan penggunaan data berbentuk angka yang diukur dengan menggunakan metode statistik, serta mengikuti pendekatan deduktif-induktif. Penelitian ini fokus pada isu-isu yang sedang dicari untuk mencapai kesimpulan yang akurat. (Sugiyono, 2012). Penelitian ini dilakukan di Parkir Depan *Coffee* Banjaran Kota Kediri. Penghimpunan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada Parkir Depan *Coffee* Di Banjaran Kota Kediri pada bulan Juli-Agustus 2023, yaitu 648 pengunjung. Metode pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *probability sampling*, dimana semua elemen dalam populasi memiliki peluang yang setara untuk dipilih sebagai sampel (Firmansyah & Dede, 2022). Penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistik, khususnya menggunakan rumus Slovin. Diperoleh sampel sebanyak 87 responden. Jadi sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah 87 sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Pelaksanaan penelitian ini validitas digunakan untuk mengukur ke validan data instrumen penelitian berupa kuesioner. Kriteria dari validitas kuesioner apabila nilai

signifikan rhitung $< 0,05$ maka dapat dikatakan valid. Berikut hasil dari uji validitas antara variabel penelitian :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item Pernyataan	Hasil Sig. rhitung	Ketentuan	Keputusan
Item 1 – X1	0.000	Nilai r hitung Berada $< 0,05$	Seluruh item kuisisioner variabel X1 dinyatakan valid
Item 2 – X1	0.000		
Item 3 – X1	0.000		
Item 4 – X1	0.000		
Item 5 – X1	0.000		

Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2023

Berdasarkan data yang terdapat dalam tabel 1 mengenai pengujian validitas Kualitas Pelayanan, dapat disimpulkan bahwa dari 5 item pernyataan yang terkait dengan variabel Kualitas Pelayanan (X1), semuanya dinyatakan valid karena nilai signifikansi r hitung $< 0,05$.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Harga

Item Pernyataan	Hasil Sig. rhitung	Ketentuan	Keputusan
Item 1 – X2	0.000	Nilai r hitung instrumen X2 $< 0,05$	Seluruh item kuisisioner variabel X2 dinyatakan valid
Item 2 – X2	0.000		
Item 3 – X2	0.000		
Item 4 – X2	0.000		

Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2023

Berdasarkan informasi dari tabel 2 mengenai uji validitas Promosi, dapat disimpulkan bahwa dari 4 item pernyataan yang terkait dengan variabel harga (X2), semuanya dianggap valid karena nilai signifikansi r hitungnya lebih kecil dari 0,05.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Lokasi

Item Pernyataan	Hasil Sig. rhitung	Ketentuan	Keputusan
Item 1 – X3	0.000	Nilai r hitung instrumen X3 $< 0,05$	Seluruh item kuisisioner variabel X3 dinyatakan valid
Item 2 – X3	0.000		
Item 3 – X3	0.000		
Item 4 – X3	0.000		
Item 5 – X3	0.000		
Item 6 – X3	0.000		

Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2023

Berdasarkan yang tertera dalam tabel 3 mengenai hasil pengujian validitas Promosi, dapat disimpulkan bahwa dari 6 pernyataan dalam variabel lokasi (X3), semua itemnya dinyatakan valid karena nilai signifikansi r hitung $< 0,05$.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Item Pernyataan	Hasil Sig. rhitung	Ketentuan	Keputusan
Item 1 – Y	0.000		
Item 2 – Y	0.000		

Item 3 – Y	0.000	Nilai r hitung instrumen Y < 0,05	Seluruh item kuisisioner variabel Y dinyatakan valid
Item 4 – Y	0.000		

Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2023

Berdasarkan informasi yang tertera dalam tabel 4 mengenai uji validitas Kepuasan Konsumen, dapat disimpulkan bahwa pernyataan item yang terdapat dalam variabel instrumen Kepuasan Konsumen (Y) telah mencapai nilai r hitung < 0,05, menandakan validitasnya. Oleh karena itu, secara keseluruhan, semua item dalam kuisisioner dapat dianggap valid dan pantas untuk diteruskan ke tahap pengujian lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan komputer dengan bantuan SPSS. Jika nilai Alpha < 0,6 maka tidak reliabel, dan nilai Alpha > 0,6 maka reliabel dan dianggap sangat baik. (Santoso, 2014 : 227). Berikut disajikan data hasil pengujian reliabilitas antar variabel penelitian antara lain :

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Antar Variabel

No	Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,792	Reliabel
2	Harga	0,799	Reliabel
3	Lokasi	0,781	Reliabel
4	Kepuasan Konsumen	0,783	Reliabel

Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2023

Berdasarkan Tabel 5 Uji Reliabilitas dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian reliabilitas dengan merujuk pada kriteria tertentu, kita dapat menyimpulkan bahwa nilai-nilai keseluruhan melebihi minimal 0,6. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang ada memiliki reliabilitas yang memadai. Dalam kata lain, data yang diperoleh mengenai semua variabel penelitian dapat diandalkan.

3. Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal : Nilai sig atau signifikan atau nilai probabilitas < 0,05 distribusi adalah tidak normal, Nilai sig atau signifikan atau nilai probabilitas > 0,05 distribusi adalah normal.

**Tabel 6. Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,13521111
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,063
	Negative	-,071
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2023

Berdasarkan data tabel 4.15 Uji Normalitas Data di atas diketahui bahwa hasil dari nilai sig atau nilai probabilitas $0,200 > 0,05$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data normal.

4. Uji Linearitas

Pengujian linearitas dalam penelitian ini menggunakan komputer dengan bantuan SPSS. Jika nilai sig $F < 0,05$ maka tidak linier, dan nilai sig $F > 0,05$ maka linear dan dianggap sangat baik. Berikut disajikan data hasil pengujian linearitas antar variabel penelitian antara lain :

Tabel 7. Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan
 ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square		Sig.
kepuasan konsumen kualitas pelayanan	Between (Combined) *Groups		125,196	10	12,520	3,798	,000
		Linearity	68,838		68,838	20,883	,000
		Deviation from Linearity	56,359		6,262	1,900	,065
		Within Groups	250,528	76	3,296		
Total			375,724	86			

Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2023

Dari tabel 7 Uji Linearitas Kualitas Pelayanan di atas menunjukkan bahwa nilai F sebesar 1,900 dengan sig. 0,065. Oleh karena nilai sig. lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen bersifat linier.

Tabel 8. Hasil Uji Linearitas Variabel Harga

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan konsumen harga	Between * Groups	(Combined)	184,199	10	18,420	7,309	,000
		Linearity	154,689	1	154,689	61,383	,000
		Deviation from Linearity	29,510	9	3,279	1,301	,251
	Within Groups		191,525	76	2,520		
Total		375,724	86				

Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2023

Dari tabel 8 Uji Linearitas Harga di atas menunjukkan bahwa nilai F sebesar 1,301 dengan sig. 0,251. Oleh karena nilai sig. lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara variabel Harga dan Kepuasan Konsumen bersifat linier.

Tabel 9. Hasil Uji Linearitas Variabel Lokasi

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan konsumen lokasi	Between * Groups	(Combined)	96,488	15	6,433	1,636	,086
		Linearity	,887	1	,887	,226	,636
		Deviation from Linearity	95,601	14	6,829	1,736	,067
	Within Groups		279,236	71	3,933		
Total		375,724	86				

Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2023

Dari tabel 9 Uji Linearitas Lokasi di atas menunjukkan bahwa nilai F sebesar 1,736 dengan sig. 0,067. Oleh karena nilai sig. lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara variabel Lokasi dan Kepuasan Konsumen bersifat linier.

5. Uji Multikolinieritas

Apabila nilai tolerance $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas, namun jika nilainya $< 0,10$ maka terjadi multikolinieritas data. Kedua dengan melihat VIF jika < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas dan jika > 10 maka terjadi multikolinieritas. Adapun hasil perhitungan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 10. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

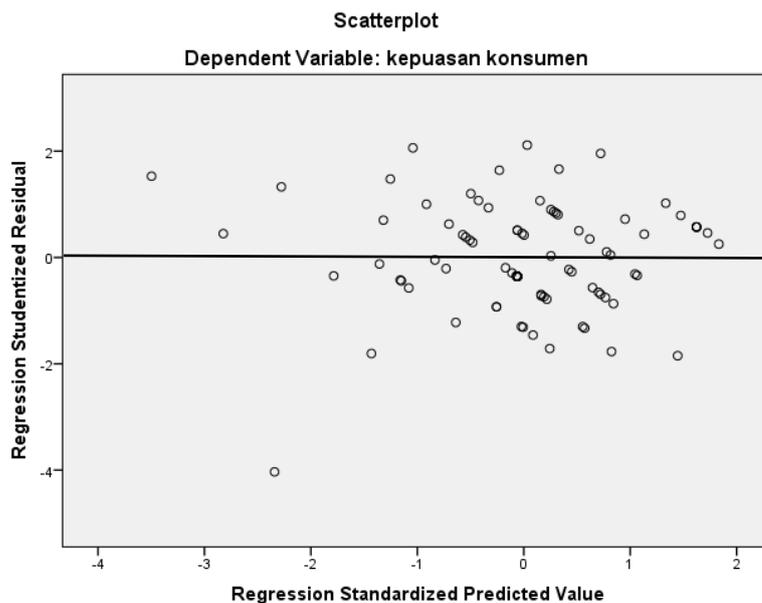
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1 (Constant)	3,550	1,045		3,396	,001		
kualitas pelayanan	,391	,056	,444	6,928	,000	,869	1,151
harga	,850	,071	,844	11,940	,000	,713	1,402
lokasi	-,343	,045	-,563	-7,615	,000	,652	1,533

Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2023

Berdasarkan perhitungan yang terdapat dalam tabel 10 mengenai hasil Uji Multikolinearitas, dapat disimpulkan bahwa nilai toleransi dari variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan sebesar 0,869, harga sebesar 0,713, dan lokasi sebesar 0,652, semuanya memiliki nilai toleransi yang lebih besar dari 0,10. Begitu pula, nilai VIF untuk X1 sebesar 1.151, X2 sebesar 1.402, dan X3 sebesar 1.533, untuk semua variabel tampilannya kurang dari 10,0. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat adanya multikolinearitas pada data keseluruhan baik pada variabel independen maupun dependennya.

6. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan dalam penelitian ini merujuk pada scatter plot, apabila titik menyebar diatas dan dibawah garis sumbu 0, maka kpeutusannya adalah tidak terjadi indikasi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013:105). Maka hasil tersebut yaitu :



Gambar 1.Uji Heterokedastisitas

Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2023

Gambar 1 yang tertera di atas menggambarkan hasil persebaran data dari instrumen angket dengan menggunakan diagram pencar (*scatter plot*) dalam suatu studi. Hasil distribusi ini memperlihatkan bahwa data-data tersebut tersebar di sekitar garis sumbu 0, baik di bagian atas maupun bawahnya. Berdasarkan hal ini, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan menunjukkan variasi yang tidak seragam (heteroskedastisitas).

7. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan sebagai alat untuk memprediksi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini mengukur kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung (Y) di Parkir Depa *Coffee*. Berikut hasil perhitungan melalui *software* SPSS :

Tabel 11. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,550	1,045		3,396	,001
	kualitas pelayanan	,391	,056	,444	6,928	,000
	harga	,850	,071	,844	11,940	,000
	lokasi	-,343	,045	-,563	-7,615	,000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 11 hasil uji analisis linier berganda, maka dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 3,550 + 0,391X_1 + 0,850X_2 - 0,343X_3$.

Bisa dijelaskan hasil persamaan regresi sebagai berikut :

- 1) Nilai tetap (a) adalah 3,550. Artinya jika variabel-variabel independen Kualitas pelayanan, harga dan lokasi tetap, setiap penurunan 1 satuan akan mengakibatkan penurunan sebesar -0,850 satuan dalam kepuasan konsumen.
- 2) Koefisien regresi X1 adalah 0,391. Ini berarti ketika variabel Kualitas pelayanan berubah 1 satuan, kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,489 satuan.
- 3) Koefisien regresi X2 adalah 0,850. Ini berarti ketika variabel harga berubah 1 satuan, kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,542 satuan.
- 4) Koefisien regresi X3 adalah -0,343. Ini berarti ketika variabel lokasi berubah 1 satuan, kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,436 satuan.

8. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel 12. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,550	1,045		3,396	,001

kualitas pelayanan	,391	,056	,444	6,928	,000
harga	,850	,071	,844	11,940	,000
lokasi	-,343	,045	-,563	-7,615	,000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2023

Berdasarkan Tabel 12 Uji Hipotesis yang telah dijabarkan di atas, maka hipotesis parsial dalam penelitian ini dapat disajikan melalui hasil perhitungan sebagai berikut :

1. Uji t variabel Kualitas pelayanan (X1).

Hasil perhitungan nilai thitung sebesar 6,928 > ttabel sebesar 1,989 dan signifikan. $t(0,001) < 0,05$ bermakna H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas pelayanan (X1) terhadap Kepuasan konsumen (Y)

2. Uji t variabel Harga (X2)

Hasil perhitungan nilai thitung sebesar 11,940 > ttabel sebesar 1,989 dan signifikan. $t(0,002) < 0,05$ bermakna H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X2) terhadap Kepuasan konsumen (Y)

3. Uji t variabel lokasi (X3)

Hasil perhitungan nilai thitung sebesar -7,615 < ttabel sebesar 1,989 dan signifikan. $t(0,010) < 0,05$ bermakna H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi (X3) terhadap Kepuasan konsumen (Y)

9. Uji Hipotesis Simultan

Tabel 13. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	264,581	3	88,194	65,862	,000 ^b
	Residual	111,143	83	1,339		
	Total	375,724	86			

Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2023

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada tabel 13 mengenai pengujian hipotesis di atas, hasil menunjukkan bahwa nilai Fhitung adalah 65,862 > nilai Ftabel sebesar 2,715. Selain itu, nilai signifikansi F yaitu 0,000 < 0,05. Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima sementara hipotesis nol (H_0) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1), harga (X2) dan lokasi (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y).

10. Uji Koefisien Determinasi R²

Tabel 14. Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,839 ^a	,704	,693	1,157

Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2023

Berdasarkan informasi yang terdapat pada tabel 14 Uji Determinasi di atas, Hasil ini dipaparkan sebagai berikut: Nilai Korelasi (R) sebesar 0,793 menunjukkan bahwa masuk dalam kategori sedang atau cukup kuat. Nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,704. Artinya besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), harga (X2) dan lokasi (X3) terhadap Kepuasan konsumen (Y) sebesar 70,4% sedangkan sisanya berasal dari variabel dan indikator lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Parkir Depan *Coffee* Banjaran Kota Kediri.

Berdasarkan perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 6,928, yang melebihi nilai t_{tabel} yaitu 1,989 dan memiliki tingkat signifikansi (p-value) sebesar 0,000, yang lebih rendah dari tingkat signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$). Ini mengindikasikan bahwa Hipotesis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan. Kualitas pelayanan secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Maheswara et al., 2023). Dengan memberikan pelayanan yang melebihi ekspektasi, dapat menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan, membuat mereka merasa dihargai dan diurus dengan baik (Kartika et al., 2023).

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Parkir Depan *Coffee* Banjaran Kota Kediri.

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara harga(X2) dan Kepuasan Konsumen (Y) berdasarkan hasil analisis parsial. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 11,940, melebihi nilai t_{tabel} sebesar 1,989, dan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang lebih rendah dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini sesuai penelitian ini, dimana harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Wijoyo et al., 2023). Harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen serta terjangkau, hal ini memastikan bahwa layanan mereka dapat diakses oleh berbagai kelompok konsumen, meningkatkan tingkat kepuasan karena konsumen tidak merasa terbebani secara finansial (Maheswara et al., 2023)

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Parkir Depan *Coffee* Banjaran Kota Kediri.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat jalur yang signifikan dari Lokasi(X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), berdasarkan analisis secara parsial. Hal ini terbukti dari nilai t_{hitung} sebesar -7,615, yang melebihi nilai t_{tabel} yaitu 1,989, dan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05.

4. Pengaruh Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Parkir Depan *Coffee* Banjaran Kota Kediri.

Berdasarkan analisis yang telah dijalankan terhadap uji simultan dalam penelitian ini, ditemukan bahwa kualitas pelayanan, harga, lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil statistik menunjukkan nilai Fhitung sebesar 65,862, yang melebihi nilai Ftabel sebesar 2,715, dengan tingkat signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih rendah dari nilai $t_{0,05}$.

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan penelitian yang berjudul “Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Parkir Depan *Coffee* Banjaran Kota Kediri.” Dengan menerapkan metode pendekatan berdasarkan angka serta melakukan analisis dan pembahasan sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat dihasilkan beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan dari Kualitas Pelayanan secara parsial Kepuasan Konsumen di Parkir Depan *Coffee* Banjaran Kota Kediri. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis pertama dapat diterima.
2. Harga juga memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen di Parkir Depan *Coffee* Banjaran Kota Kediri. Bukti dari hasil perhitungan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis kedua dapat diterima.
3. Lokasi juga memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen di Parkir Depan *Coffee* Banjaran Kota Kediri. Dapat diamati dari nilai signifikansi sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dapat diterima.
4. Secara simultan Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Parkir Depan *Coffee* Banjaran Kota Kediri. Hal ini terlihat dari hasil uji statistik F dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih rendah dari tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, hipotesis keempat dapat diterima.

b. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat disampaikan sebagai berikut :

- 1) Perusahaan hendaknya memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, karena kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus diberikan kepada konsumen sehingga konsumen akan merasa puas saat pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan penjualan di perusahaan, keinginan para konsumen untuk membeli produknya dengan memfokuskan pada kualitas pelayanan dengan melihat kompetitor dan kondisi persaingan di bidang bisnis yang sama.

- 2) Disarankan untuk lebih memperhatikan harga produk yang di tawarkan, menawarkan produk-produk baru yang belum tersedia di tempat perbelanjaan lainnya, menjaga kualitas produk serta memberi jaminan, sehingga konsumen tetap memilih untuk melakukan pembelian di Parkir Depan *Coffee* Banjaran Kota Kediri.
- 3) Disarankan untuk lebih memperhatikan lokasi tempat perusahaan berdiri. Dengan memperhatikan lokasi dan melihat lokasi yang ditawarkan oleh kompetitor lain, sehingga konsumen tetap memilih untuk melakukan pembelian di Parkir Depan *Coffee* Banjaran Kota Kediri.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini Qurrotulail (2013) '*Penggunaan Metode Preview, Resd, Summarre, Test (PQRST) Dalam Meningkatkan Kemampuan Pada Siswa Tunarungu Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu*', *Jurnal Universitas Pendidikan Indonesia*, p. 70. Available at: http://repository.upi.edu/3780/6/S_PLB_0901021_CHAPTER3.pdf.
- Alfaridzi, M.F. and Budiani, M.S. (2021) '*Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan X*', *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8, pp. 17–31.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep & Strategi*. Edisi Pertama. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Barus, Y.Y., Sinaga, R.V. and Sagala, R. (2020) '*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Milala Service Station Medan)*', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 20, pp. 141–150. Available at: <https://doi.org/10.54367/jmb.v20i1.694>.
- Bangsawan, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Usaha Kecil Kasus Industri Pengolahan Makanan dan Ritel*. (Vol. 66). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Darmansah, A. and Yosepha, S.Y. (2020) '*Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur*', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), pp. 15–30. Available at: <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>.
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, D. and Dede (2022) '*Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review*', *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), pp. 85–114. Available at: <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- _____. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, R.W. and Eber, R.J. (2019) '*Tahun 2019 Kepuasan Konsumen Bengkel Fajar Motor*', *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Bengkel Fajar Motor Temanggung* [Preprint].

- Handayani, 2020 (2018) 'Metodologi penelitian', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., (2020), pp. 10–27.
- Handayani, S., & Antono, M. W. (2019). Hubungan Lokasi Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Pada Pt. Graha Estetika Property Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 50–66. <https://doi.org/10.33369/insight.13.2.50-66>
- Kartika, R. B., Buniarto, E. A., & Ambarwati, D. (2023). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Customer pada Hotel Front One Inn Kediri. *Nian Tana Sikka : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(5), 50–68.
- Kiswanto, A.H. (2011) *Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung wisata Dampo Awang Beach Rembang, Jurnal Nasional Pariwisata*. Available at: <https://lib.unnes.ac.id/5883/>.
- KOESDINAR, F. (2013) 'Pengaruh citra Perusahaan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Laksana Motor Tasikmalaya', pp. 10–50.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P and Amstronng, G. 2018. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Terjemahan: Jusuf, D. I. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Maheswara, E. A., Ambarwati, D., & Zamzam, N. A. N. (2023). Pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada cv. adelia. *Business and Investment Review (BIREV)*, 1(5), 83–93.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Nelli Rizayanti (2021) 'SOCOLATTE DI PIDIE JAYA Disusun Oleh : NELLI RIZAYANTI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH 2021 M / 1442 H', pp. 1–146.
- Nicklouse Christian Lempoy (2015) 'Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas, Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder', *Emba*, 3(1), pp. 1072–1083. Available at: <https://doi.org/10.1007/s00101-004-0690-4> [doi].
- Nindi Ayu, T.S., Awin, M. and IGN Anom, M. (2020) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Rolag Kopi karah Surabaya)', *Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(6), p. 16.
- Nugroho, A. and Astuti, P.B. (2021) 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(3), pp. 598–608. Available at: <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i3.900>.
- Paryanti, S. dan A.B. (2022) 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)', *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), pp. 70–83. Available at: <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>.

- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Riyanti (2015) 'Pengaruh Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Kirana di Kabupaten Sleman', *Ekonomika dan bisnis*, 5, pp. 1–16.
- Romer, E. (2020) 'Pengaruh Harga Transfer dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Penghindaran Pajak', *Akuntansi*, 2(1), pp. 15–22. Available at: <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html>.
- Saiputri (2017) 'Simki-Pedagogia Vol. 01 No. 05 Tahun 2017 ISSN : AAAA-AAAA', 01(06), pp. 1–10.
- Saputra, S. and Yulistianis, S.R. (2019) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel& Apartment', *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 9(2), pp. 21–31.
- Sarjana, B., Meitriana, M.A. and Suwendra, I.W. (2019) 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga Perumahan Di Kabupaten Buleleng', *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(2), p. 356. Available at: <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i2.20041>.
- Sholikah, I., Safitri, U.R. and 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), pp. 41–48. Available at: <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i2.475>.
- Sofyan, C., Sepang, J.L. and Loindong, S. (2019) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Wht's Up Cafe Manado', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3), pp. 4230–4240.
- Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono (2012) 'Metode Penelitian Kuantitatif', pp. 218–219.
- _____. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Surjono, H.D. (2018) 'marketingmix', *Molucca Medica*, 11(April), pp. 13–45. Available at: <http://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/moluccamed>.
- Swastha, B. D., & Handoko, H. (2012). Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Yogyakarta : PT. BPFE.
- Wijoyo, A., Mega, S. W., & Ambarwati, D. (2023). Issn : 3025-9495 1. *Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*, 1(9), 1–11.