EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi
Vol.3, No.6, September 2024

Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Randan UMA Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara

Efraim Kevin[1], Dina Ramba[2], Lisa K. Wibisono[3]
[1,2,3]Universitas Kristen Indonesia Toraja
Email: efrimkevin68@gmail.com[1], dinaramba@ukitoraja.ac.id[2] , lisakurniasariwibisono@gmail.com[3]

Article History:
Received: 20 Juli 2024
Revised: 22 Agustus 2024
Accepted: 24 Agustus 2024

Keywords: *Location, Price, Service Quality, Consumer Satisfaction.*

Abstract: *This research aims to test and determine the influence of location, price and service quality on consumer satisfaction at Cafe Randan Uma, Rantepao District, North Toraja Regency. The research method uses quantitative research. The data collection technique was through a questionnaire. The population in this study were all consumers who visited Café Randan Uma and the sample used used an accidental sampling technique. The sample in this study was 43 consumers. The data analysis technique uses multiple linear regression in the SPSS 26 program. The results of this research show that, partially, the values of location, price and service quality have a significant effect on consumer satisfaction at Café Randan Uma. And simultaneously Location, Price and Service Quality have a significant effect on Consumer Satisfaction at Café Randan Uma, Rantepao District, North Toraja Regency. This can be seen from the results of the F test where the significance value is 0.000 < 0.05.*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis kuliner di Toraja provinsi Sulawesi selatan sangatlah pesat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya usaha café yang baru di buka di Toraja. Bisnis cafe boleh dikata sangatlah menjanjikan karena memiliki prospek yang baik secara keuntungan. Keuntungan yang signifikan ini ditunjukkan oleh fakta bahwa banyaknya bisnis cafe yang semakin berkembang. Oleh sebab itu dengan adanya situasi dan kondisi persaingan yang semakin ketat antar pemilik café, maka dari itu para pemilik bisnis dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan juga memberikan kesan yang baik kepada konsumen agar konsumen merasa puas dan dapat bertahan dalam persaingan pasar.

Pemilihan tempat atau Lokasi bisnis yang strategis mampu menarik konsumen untuk berkunjung dan menikmati hidangan serta nuansa yang di tawarkan para pebisnis sebab lokasi mudah untuk di jangkau. Oleh sebab itu lokasi merupakan faktor penting dalam menjalankan bisnis cafe sebab konsumen akan memperhitungkan bagaimana untuk mencapai lokasi tersebut. Selain lokasi, harga juga merupakan suatu faktor penting dalam strategi pemasaran. Tinggi rendahnya harga yang di tawarkan kepada konsumen menjadi bahan pertimbangan yang akan menetukan keputusan pembelian. Harga suatu produk mempengaruhi pandangan konsumen mengenai produk tersebut. Harga Merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Ariyanti dkk., 2022). Salah satu keunggulan dalam persaingan cafe saat ini yaitu

kualitas pelayanan yang dapat menarik konsumen. Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh penyedia jasa dengan baik. Kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh para konsumen, berasal dari suatu perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan pelayanan yaitu harapan dan dengan persepsi mereka tentang (Apriani & Sunarti, 2017).

Tingkat kepusan konsumen merupakan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen yang terpenuhi, sehingga mereka akan kembali melakukan pembelian terhadap produk dan layanan tersebut. Semakin terpenuhinya harapan konsumen maka konsumen akan menjadi semakin puas. Apabila konsumen merasa puas, maka mereka akan melakukan pembelian kembali produk tersebut, dengan demikian secara tidak langsung akan meningkatkan value penjualan dan pendapatan bisnis (Ballang dkk., 2023). Kepuasan pelanggan yang baik tentunya akan diikuti dengan kesetiaan *(loyalitas)* yang merupakan salah satu faktor paling utama dalam meningkatkan pemasaran serta pendapatan suatu perusahaan penyedia jasa (Borong dkk., 2024).

Cafe Randan Uma salah satu cafe yang menyuguhkan nuansa yang nyaman dan tenang karena berlokasi di tepi sawah yang beralamat di Laang Tanduk, Kec. Rantepao, Toraja Utara, Sulawesi Selatan. Cafe ini menyajikan berbagai macam minuman dan makanan dengan harga yang terjangkau untuk kalangan menengah ke atas. Menu yang beragam mencakup mulai dari jus segar hingga kopi yang memiliki kualitas tinggi, serta berbagai pilihan makanan seperti seperti ayam, seafood, dan mie selain itu, tersedia juga beragam makanan ringan yang menarik untuk di nikmati.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti "Pengaruh lokasi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Randan Uma Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara".

LANDASAN TEORI

Lokasi menunjukan kegiatan yang dilakukan produsen untuk menjadikan produk yang dihasilkan dapat diperoleh dan tersedia bagi konsuemn pada tempat dimanapun konsumen berada. Karena hal tersebut juga merupakan faktor untuk bisa mengkaji tentang kepuasan konsumen (Riyanti, 2015).

Harga adalah sesuatu yang bernilai yang dikeluarkan oleh pelanggan atau konsumen untuk membayar barang atau jasa yang diterima (Limbongan & Panggeso, 2021). Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2016).

Pada dasarnya, Kepuasan merupakan suatu harapan yang diperoleh oleh pelanggan, baik dalam bentuk harga, pelayanan, kenyamanan atau hal-hal kainnya yang secara langsung akan memberikan kepuasan kepada pelanggan (Limbongan & Panggeso, 2021). Kepuasan pelanggan merupakan sesuatu hal yang harus diutamakan oleh perusahaan demi keberlangsungan usahanya (Roselina & Niati, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data langsung dari responden untuk menghasilkan kesimpulan (Sugiyono, 2019). Jenis data dalam penelitian ini adalah primer, dimana data diperoleh menggunakan metode survei melalui instrumen kuesioner yang akan diisi oleh konsumen Café Randan Uma.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk Café Randan Uma dalam periode Mei-Juni 2024. Pengambilan Sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *accidental sampling*

EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi
Vol.3, No.6, September 2024

Teknik accidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental yang ditemukan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu tepat sebagai sumber data (Hariputra dkk., 2022). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 43 orang.

Pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan menggunakan skala likert. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji instrument (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), uji regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t dan uji f), uji koefisien determinasi dan uji koefisien korelasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Variabel	Item	rhitung	rtabel	Keterangan
Lokasi (X_1)	X1.1	0,609	0,301	Valid
	X1.2	0,490	0,301	Valid
	X1.3	0,432	0,301	Valid
	X1.4	0,344	0,301	Valid
	X1.5	0,659	0,301	Valid
	X1.6	0,397	0,301	Valid
	X1.7	0,552	0,301	Valid
	X1.8	0,583	0,301	Valid
	X1.9	0,563	0,301	Valid
	X1.10	0,425	0,301	Valid
	X1.11	0,399	0,301	Valid
	X1.12	0,548	0,301	Valid
Harga (X_2)	X2.1	0,657	0,301	Valid
	X2.2	0,611	0,301	Valid
	X2.3	0,811	0,301	Valid
	X2.4	0,683	0,301	Valid
	X2.5	0,736	0,301	Valid
	X2.6	0,597	0,301	Valid
	X2.7	0,649	0,301	Valid
	X2.8	0,759	0,301	Valid
	X2.9	0,666	0,301	Valid
	X2.10	0,606	0,301	Valid
	X2.11	0,737	0,301	Valid
	X2.12	0,579	0,301	Valid
Kualitas Pelayanan (X_3)	X3.1	0,492	0,301	Valid
	X3.2	0,645	0,301	Valid
	X3.3	0,544	0,301	Valid
	X3.4	0,656	0,301	Valid

	X3.5	0,628	0,301	Valid
	X3.6	0,644	0,301	Valid
	X3.7	0,745	0,301	Valid
	X3.8	0,603	0,301	Valid
	X3.9	0,735	0,301	Valid
	X3.10	0,689	0,301	Valid
	X3.11	0,676	0,301	Valid
	X3.12	0,562	0,301	Valid
	X3.13	0,740	0,301	Valid
	X3.14	0,679	0,301	Valid
	X2.15	0,715	0,301	Valid
Kepuasn Konsumen (Y)	Y2.1	0,665	0,301	Valid
	Y2.2	0,764	0,301	Valid
	Y2.3	0,815	0,301	Valid
	Y2.4	0,810	0,301	Valid
	Y2.5	0,628	0,301	Valid
	Y2.6	0,735	0,301	Valid
	Y2.7	0,880	0,301	Valid
	Y2.8	0,709	0,301	Valid
	Y2.9	0,634	0,301	Valid

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel uji validitas pada pernyataan-pernyataan disetiap variabel dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel dapat dinyatakan valid karena memiliki rhitung yang nilainya lebih besar dari rtabel (0,301) dan Tingkat signifikansi untuk semua item pernyataan pada level 0,05.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabelitas dengan mengukur rumus alpha. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel diperoleh data sebagai berikut:

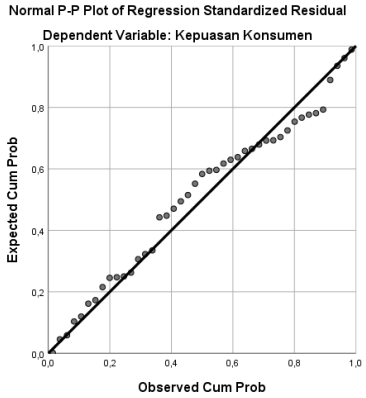
Tabel 2. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai Hitung Alpha Cronbach	Keterangan
Lokasi (X_1)	0,726	Reliabel
Harga (X_2)	0,886	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_3)	0,899	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,895	Reliabel

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil uji reliabilitas dari variabel lokasi, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen semuanya reliabel karena masing-masing nilai hitung Cronbach alpha diatas 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada kuesioner (angket) yang diberikan kepada responden adalah reliabel atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji Normalitas



Sumber: Data diolah (2024)

Gambar 1. Uji Normalitas (P-Plot)

Dari gambar 1 dapat dilihat bahwa data menyebar disekitaran garis diagonal dan mengikuti pola distribusi normal, maka nilai regresi ini memenuhi asumsi normalitas data.

Uji Multikolonieritas

Tabel 3. Uji Multikolonieritas

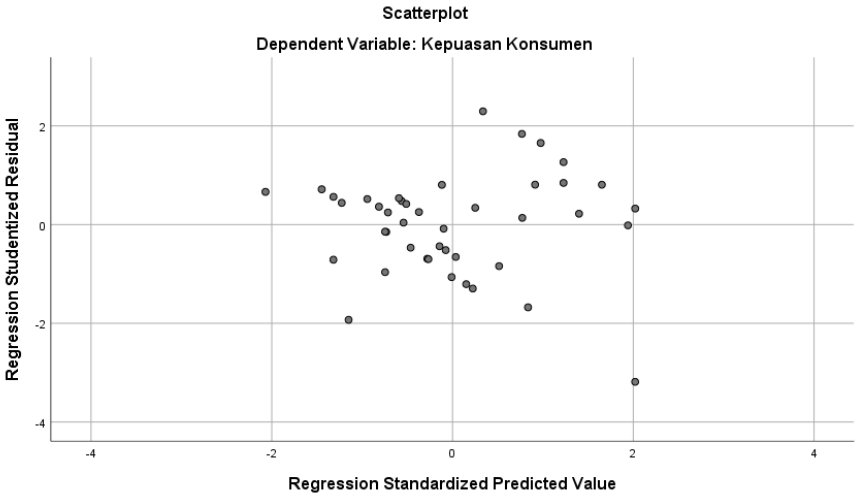
Coefficients[a]		
	Collinearity Statistics	
Model	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Lokasi	0,696	1,436
Harga	0,492	2,033
Kualitas Pelayanan	0,597	1,676
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen		

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil Tolerance dan VIF menunjukkan bahwa :

1. Nilai tolerance 0,696 > 0,1 dan nilai VIF sebesar 1,436 < 10 yang berarti regresi tidak terkena gejala Multikolineritas.
2. Nilai tolerance 0,492 > 0,1 dan nilai VIF sebesar 2,033 < 10 yang berarti regresi tidak terkena gejala Multikolineritas.
3. Nilai tolerance 0,597 > 0,1 dan nilai VIF sebesar 1,676 < 10 yang berarti regresi tidak terkena gejala Multikolineritas

Uji Heteroskedastistitas



Sumber: Data diolah (2024)

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2 grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa data tersebar semua titik-titik menyebar di atas dan dibawah angkan 0 pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut sehingga jika diartikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,348	5,445		-,064	,949
	Lokasi	,282	,114	,302	2,466	,018
	Harga	,229	,109	,307	2,110	,041
	Kualitas Pelayanan	,212	,087	,323	2,446	,019

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah (2024)

Dari tabel 4, hasil dari perhitungan variabel bebas dapat disusun dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1+b_2X_2+e$$

Kepuasan Konsumen= $\mathbf{-0,348 + 0,282X_1 + 0,229X_2 + 0,212X_3 + e}$

Berdasarkan persamaan diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta dari persamaan regresi berganda di atas adalah -0,348, artinya jika tidak terdapat perubahan variabel Lokasi¸ Harga, dan Kualitas Pelayanan (X_1, X_2 Dan X_3= e) maka kepuasan konsumen di Café Randan Uma adalah sebesar -0,348 satuan.
2. Nilai koefisien regresi variabel Lokasi adalah sebesar 0,282 yang artinya jika variabel Lokasi meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel harga (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) adalah tetap maka kepuasan konsumen di Café Randan Uma meningkat sebesar 0,282 satuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Lokasi berkontribusi positif bagi kepuasan konsumen sehingga, semakin tinggi Lokasi maka akan semakin meningkat pula kepuasan konsumen di Café Randan Uma.
3. Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,229 yang berarti jika variabel lokasi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_3) nilainya tetap. Maka harga (X_2) mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,229. Koefisien harga (X_2) bernilai positif yang berarti harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y).
4. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,212 yang berarti jika variabel lokasi (X_1) dan harga (X_2) nilainya tetap. Maka kualitas pelayanan (X_3) mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,212. Koefisien kualitas pelayanan (X_3) bernilai positif yang berarti Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y).

Uji t (Parsial)

Uji T bertujuan untuk mengetahui pengaruh tiap-tiap variabel independen (Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan) Secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel variabel dependen (Kepuasan Konsumen).

Tabel 5. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,348	5,445		-,064	,949
	Lokasi	,282	,114	,302	2,466	,018
	Harga	,229	,109	,307	2,110	,041
	Kualitas Pelayanan	,212	,087	,323	2,446	,019

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa :

1. Pengaruh Lokasi (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

   Variabel Lokasi (X_1) dengan variabel kepuasan konsumen (Y) menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,466 > 2,023) dan nilai sig. 0,018 < 0,05 artinya variabel Lokasi (X_1) bepengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

2. Pengaruh Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

   Variabel Harga (X_2) dengan variabel kepuasan konsumen (Y) menunjukkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (2,110 > 2,023) dan nilai sig. 0,041 < 0,05 artinya variabel harga (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

   Variabel kualitas pelayanan (X_3) dengan variabel kepuasan konsumen (Y) menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,446 > 2,023) dan nilai sig. 0,019 < 0,05 artinya variabel kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

Uji F (Simultan)

Tabel 6. Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	345,764	3	115,255	18,971	,000[b]
	Residual	236,934	39	6,075		
	Total	582,698	42			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa F_{hitung} 18,971 > F_{tabel} 2,85 dengan tingkat Sig 0,00 < 0,05. Dengan demikian diperoleh bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variabel lokasi (X_1), variabel Harga (X_2), variabel kualitas pelayanan (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y)

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Model Summary

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,770[a]	,593	,562	2,465

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan, Harga
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 7, menunjukkan uji koefisien determinasi (R^2). Dari hasil olahan SPSS, maka diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,593 atau sama dengan 59,3% yang artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen (Lokasi, harga dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) dan sisanya 40,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Koefisien Korelasi

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,770 masuk pada interval 0,60 s/d 0799. Jadi terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat keeratan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang kuat.

Pembahasan

1. Pengaruh Lokasi (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen di Café Randan Uma

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Café Randan Uma. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi untuk pengaruh X_1 terhadap Y sebesar 0,018 < 0,05 yang berarti variabel Lokasi berpengaruh signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Randan Uma.

Hal ini menandakan bahwa faktor geografis atau letak tempat usaha atau layanan dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Lokasi yang strategis perlu diperhatikan oleh pemilik usaha karena lokasi memiliki tingkat keberhasilan yang signfikan terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan (Desrianto; Afridola, 2020) dan (Sofyan, dkk., 2019) yang menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen di Café Randan Uma

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Café Randan Uma. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi untuk pengaruh X_2 terhadap Y sebesar 0,041 < 0,05 yang berarti variabel harga berpengaruh signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Randan Uma.

Hal ini menandakan bahwa harga merupakan faktor yang penting untuk mengukur kepuasan konsumen. Harga memiliki dampak besar terhadap kepuasan konsumen karena mempengaruhi bagaimana konsumen menilai produk atau layanan yang mereka beli. Jika harga sesuai dengan manfaat atau kualitas yang mereka terima, ini akan meningkatkan tingkat kepuasan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Mariansyah & Syarif, 2020) dan (Asti & Ayuningtyas, 2020) yang menyatakan bahwa berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_3) Terhadap Kepuasan Konsumen di Café Randan Uma

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Randan Uma. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi untuk pengaruh X_3 terhadap Y sebesar 0,019 < 0,05 yang berarti variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Randan Uma.

Hal ini menandakan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memiliki dampak besar terhadap kepuasan konsumen karena saat pelayanan berjalan optimal, kebutuhan dan harapan konsumen terpenuhi dengan baik. Hal ini tidak hanya menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, tetapi juga memperkuat ikatan emosional mereka dengan cafe. Selain itu, pelayanan yang baik juga meningkatkan kemungkinan konsumen untuk tetap loyal dan bahkan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan (Sofyan, dkk, 2019) yang menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen dan diperoleh nilai T hitung sebesar 2,875 dan T tabel diperoleh sebesar 1,661. Thitung menunjukan hasil yang lebih besar dari T tabel yaitu 2,875 > 1,661 dengan nilai signifikan 0,000 dimana 0,000 < 0,05.

4. Pengaruh Lokasi (X1), Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen di Café Randan Uma

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan yang berarti bahwa F_{hitung} 18,971, > F_{tabel} 2,85, dengan tingkat signifikan 0,00 < 0,05. Artinya, Lokasi (X_1), Harga (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Lokasi, harga, dan kualitas pelayanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen karena ketiga faktor ini secara signifikan memengaruhi pengalaman keseluruhan pelanggan. Lokasi yang strategis memudahkan akses, harga yang kompetitif mempengaruhi nilai yang dirasakan, dan pelayanan berkualitas tinggi memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Gabungan dari ketiga aspek ini bersama-sama membentuk persepsi konsumen terhadap merek atau layanan, yang pada akhirnya berdampak pada tingkat kepuasan dan loyalitas terhadap perusahaan tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan (Sofyan, dkk., 2019) yang menyatakan bahwa Lokasi, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y) dengan nilai signifikan 0,000 dimana 0,000 < 0,05.

KESIMPULAN

Dalam penelitian bertujuan untuk mengetahutasi apakah variabel lokasi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cafe Randan Uma diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel Lokasi (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,466 > 2,023) dan nilai sig. 0,018 < 0,05 dengan kata lain bahwa secara parsial Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Randan Uma.
2. Pada variabel Harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) menunjukkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (2,110 > 2,023) dan nilai sig 0,041 < 0,05 dengan kata lain bahwa secara parsial Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Randan Uma.
3. Pada variabel Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y) menunjukkan nilai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,446 > 2,023) dan nilai sig. 0,019 < 0,05 dengan kata lain bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Randan Uma.
4. Lokasi (X_1), Harga (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan dan simultan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai F_{hitung} 18,971, > F_{tabel} 2,85 dengan tingkat signifikan 0,00 < 0,05.

DAFTAR PUSTAKA

Apriani, D. ., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 1–7.

Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnam Manajemen Sumber Daya Manusia*.

Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, *1*(01), 1–14. Https://Doi.Org/10.37366/Ekomabis.V1i01.2

Ballang, A., Pongtuluran, A. K., & Tangdialla, R. (2023). Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Café Mie Setang Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara.

Menawan: Jurnal Riset …, *1*(6), 113–125.

Borong, M., Pongtuluran, A. K., & Biringkanae, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasmine Salon Beauty Dan Spa Kabupaten Toraja Utara*. *2*(1), 252–263. Https://Doi.Org/10.61132/Jepi.V2i1.418

Desrianto; Afridola, S. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Town Bakery Di Kota Batam Influence Of Location And Service To Consumer Satisfaction In Coffee Town Bakery In Batam City. *Emba*, *8*(1), 2020–2033.

Farina J.Y., Merry, M.M., & Supriadi, Siagian. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Modal Kerja, Rasio Kas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas. *Innovative: Journal Of Social Science Research, Vol. 3(4), Pp,* 7907-7925

Hariputra, R. P., Defit, S., & Sumijan. (2022). Analisis Sistem Antrian Dalam Meningkatkan Efektivitas Pelayanan Menggunakan Metode Accidental Sampling. *Jurnal Sistim Informasi Dan Teknologi*, *4*, 70–75. Https://Doi.Org/10.37034/Jsisfotek.V4i2.127

Limbongan, M. E., & Panggeso, G. (2021). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Terapan (Jesit)*, *1*(1), 37–50. Https://Doi.Org/10.47178/Jesit.V1i1.1089

Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Acman: Accounting And Management Journal*, *3*(2), 134–146. Https://Doi.Org/10.55208/Aj.V1i2.25

Merry, Moy Mita & Supriadi, Siagian. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal: Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi, Vol. 7(1), Pp,* 77-88.

Riyanti. (2015). Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Kirana Di Kabupaten Slemen. *Ekonomika Dab Bisnis*.

Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, *17*(3), 221–234. Https://Doi.Org/10.26623/Slsi.V17i3.1636

Sofyan, C., Sepang, J. L., & 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), 4230–4240.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian*. Cv Alvabeta.

Supriadi, Siagian & Free, A.S,. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan Pada Online Travel Agent (Ota) Agoda (Survei Pada Pengguna Agoda). *Journal Of Global Business And Management Review, Vol. 5(2), Pp, 78-87*. Doi: Https://Doi.Org/10.37253/Jgbmr.V5i2.8665

Supriadi, Siagian. (2023). Pengaruh Pelatihan Dan Pembelajaran Terhadap Kinerja Karyawan Ptpn Vii Lampung. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan (Jimbik), Vol. 1(1), Pp, 27-35.*

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality Dan Statisfaction*. Andi.