PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RUMAH MAKAN AYAM BAKAR WONG SOLO KEDIRI TAHUN 2015

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

OLEH :

HERI KRISTIANTO

NPM. 11.1.02.02.0177

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2016

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi Oleh :

HERI KRISTIANTO
NPM. 11.1.02.02.0177

Judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RUMAH MAKAN AYAM BAKAR WONG SOLO KEDIRI TAHUN 2015

Telah Disetujui untuk diajukan kepada Panitia Ujian / Sidang Skripsi
Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : Januari 2016

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Sri Aliami	**Amat Pintu Batu Silalahi, S.E., M.M.**
NIDN: 0716086403	**NIDN: 0725075601**

ii

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi oleh :

HERI KRISTIANTO
NPM : 11.1.02.02.0177

Judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RUMAH MAKAN AYAM BAKAR WONG SOLO KEDIRI TAHUN 2015

Telah disetujui untuk diajukan kepada Panitia Ujian/ Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri
pada tanggal : Januari 2016

dan Dinyatakan telah memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. Sri Aliami
2. Penguji I : Dr. Subagyo
3. Penguji II : Amat Pintu Batu Silalahi, S.E., M.M

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo
NIDN. 0717066601

iii

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RUMAH MAKAN AYAM BAKAR WONG SOLO KEDIRI TAHUN 2015

Oleh :
Heri Kristianto
11.1.02.02.0177
Fakultas Ekonomi, program Studi Manajemen
heri99919@gmail.co.id
Dr. Sri Aliami dan Amat Pintu Batu Silalahi, S.E., M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa Untuk menghadapi persaingan yang semakin meningkat, perusahaan atau badan usaha perlu membuat dan menetapkan strategi pemasaran yang tepat agar konsumen mendapatkan kepuasan dan dapat berdampak jangka panjang untuk perusahaan. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen membutuhkan konsep pemasaran yang bagus khususnya terkait dengan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi, (Kotler, 2007:18).

Permasalahan penelitian ini adalah (1) Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar "Wong Solo" Kediri ? (2) Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar "Wong Solo" Kediri ? (3) Bagaimanakah pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar "Wong Solo" Kediri ? (4) Bagaimanakah pengaruh kualitsa pelayanan, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar "Wong Solo" Kediri ?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif didukung dengan kualitatif, adapun jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif yaitu menjelaskan hubungan atau pengaruh masing-masing variabel. Instrumen penelitian menggunakan angket/kuesioner sebagai pengumpul data. Populasi adalah pelanggan rumah makan ayam bakar wong solo Kediri. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah secara parsial dan simultan atau bersama-sama kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar "Wong Solo" Kediri.

Berdasarkan simpulan hasil penelitian ini, disarankan kepada rumah makan ayam bakar wong solo khususnya perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih dirasa perlu untuk diperbaiki kedepannya terkait hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar "Wong Solo" Kediri.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi dan kepuasan pelanggan.

I. LATAR BELAKANG

Persaingan dalam dunia usaha dewasa ini begitu ketat seiring dengan bertambahnya jumlah pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen, baik barang maupun jasa. Pelaku usaha kian menghadapi tantangan untuk mendapatkan pangsa pasar yang inginkan. Di lain pihak, konsumen cenderung semakin sensitif terhadap nilai yang ditawarkan setiap produsen.

Dalam kondisi pasar kompetitif, pengetahuan preferensi, dan kepuasan pelanggan adalah kunci sukses bagi perusahaan. Terlebih pada kondisi sekarang, pemasaran merupakan bagian yang penting dalam mempengaruhi persepsi konsumen. Untuk menghadapi persaingan yang semakin meningkat tersebut, perusahaan atau badan usaha perlu membuat dan menetapkan strategi pemasaran yang tepat agar konsumen mendapatkan kepuasan dan dapat berdampak jangka panjang untuk perusahaan. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen membutuhkan konsep pemasaran yang bagus khususnya terkait dengan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi, (Kotler, 2007:18).

Menurut Hamdani (2008:181), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai pemenuhan harapan atau keinginan pelanggan agar apa yang diinginkan oleh pelanggan tersebut dapat tercapai dengan maksimal. Jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan maka pelayanan dapat dikatakan berkualitas dan sebaliknya.

Selain melakukan pelayanan yang baik, agar kepuasan pelanggan dapat tercapai maka kualitas produk juga perlu diperhatikan. Menurut Kotler (2010:68), kualitas produk merupakan totalitas dari fitur dan ciri-ciri dari suatu barang atau jasa (produk) yang berpengaruh terhadap

kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan yang telah ditentukan sebelumnya.

Di samping pelayanan dan kualitas produk, memilih lokasi merupakan keputusan penting untuk dilakukan, karena dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dari seorang pelanggan. Menurut Swasta dan Irawan, (2003:339) "Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis, sehingga dapat memaksimumkan laba". Dalam kegiatannya, perusahaan juga harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satunya adalah dengan menentukan lokasi. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis, karena dapat membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis tersebut guna pemenuhan kebutuhannya. Banyak pertimbangan-pertimbangan yang cermat yang dilakukan oleh perusahaan dalam menentukan lokasi tempat usaha tersebut didirikan antara lain: bagaimana kondisi jalan menuju lokasi, kemudahan dalam melihat dan menjangkau lokasi, pesaing sejenis disekitar lokasi bisnis, dan sebagainya.

Permasalahan tersebut nampaknya juga dialami oleh rumah makan Wong Solo. Rumah Makan Ayam Bakar "Wong Solo" merupakan salah satu rumah makan yang menjadi favorit di berbagai kota tidak terkecuali di Kota Kediri. Dengan demikian untuk menjaga agar para konsumennya tidak pindah ke rumah makan yang lain maka rumah makan "Wong Solo" selalu berusaha menjaga kepuasan pelanggan dengan cara memperhatikan pelayanan, kualitas produk, dan lokasinya.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang diberi judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Kediri 2015".

II. METODE

A. Identifikasi Variabel

Menurut Sugiyono (2006:60), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

1. Jenis Variabel

Berdasarkan judul dari penelitian ini, maka dalam penelitian ini terdapat empat variabel yaitu tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen / variabel terikat terikat (Sugiyono, 2011 : 39). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi.

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2011 : 39). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikat adalah kepuasan pelanggan.

1. Teknik Penelitian

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bersifat atau bertujuan untuk pemaparan atau penggambaran data-data.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Dalam penelitian ini tempat yang digunakan adalah Rumah Makan Ayam Bakar “Wong Solo” yang beralamatkan di Jalan Pahlawan Kusuma Bangsa No. 01 Kediri.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian ini berlangsung selama enam bulan yakni mulai bulan Mei 2015 sampai dengan bulan Oktober 2015.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Uji instrmen

Tabel 1

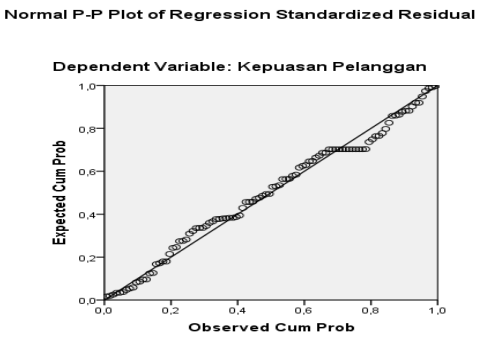
Uji Validitas

Variabel	Nomer item	r hitung	r table	Ket
Kualitas pelayan	1a	0,811	0,197	Valid
	1b	0,662	0,197	Valid
	2a	0,706	0,197	Valid
	2b	0,609	0,197	Valid
	3a	0,682	0,197	Valid
	3b	0,735	0,197	Valid
	4a	0,750	0,197	Valid
	4b	0,682	0,197	Valid
	5a	0,735	0,197	Valid
	5b	0,750	0,197	Valid
Kualitas produk	1a	0,719	0,197	Valid
	1b	0,521	0,197	Valid
	2a	0,724	0,197	Valid
	2b	0,785	0,197	Valid
	3a	0,757	0,197	Valid
	3b	0,785	0,197	Valid
	4a	0,757	0,197	Valid
	4b	0,724	0,197	Valid
	5a	0,785	0,197	Valid
	5b	0,757	0,197	Valid
Lokasi	1a	0,672	0,197	Valid
	1b	0,648	0,197	Valid
	2a	0,690	0,197	Valid
	2b	0,777	0,197	Valid
	3a	0,710	0,197	Valid
	3b	0,690	0,197	Valid
	4a	0,777	0,197	Valid
	4b	0,710	0,197	Valid
Kepuasan Pelanggan	1a	0,711	0,197	Valid
	1b	0,680	0,197	Valid
	2a	0,664	0,197	Valid
	2b	0,676	0,197	Valid
	3a	0,678	0,197	Valid
	3b	0,704	0,197	Valid

Tabel 2
Uji Reliabilitas

No	Variabel	N item	Nilai r alpha table	Nilai r alpha hitung	Keterangan
1	Kualitas pelayanan	10	0,6	0,892	Reliabel
2	Kualitas produk	10	0,6	0,900	Reliabel
3	Lokasi	8	0,6	0,852	Reliabel
4	Kepuasan Pelanggan	6	0,6	0,772	Reliabel

Gambar 1
Uji Normalitas



Tabel 3
Uji Multikolonieritas

No	Variabel bebas	Tolerance	VIF
1	Kualitas pelayanan	0,192	5,204
2	Kualitas produk	0,217	4,604
3	Lokasi	0,476	2,100

Tabel 4
Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

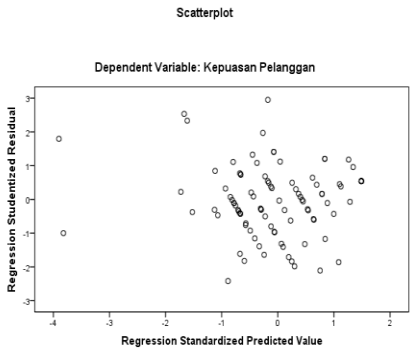
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,943[a]	,889	,886	,861	1,706

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Gambar 2

Uji Uji Heteroskidastisitas



Tabel 5

Analisis Regresi Linier berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,294	,858		2,675	,009		
	Kualitas Pelayanan	,153	,041	,287	3,706	,000	,192	5,204
	Kualitas Produk	,175	,038	,339	4,657	,000	,217	4,604
	Lokasi	,271	,033	,407	8,281	,000	,476	2,100

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel 6

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	571,807	3	190,602	257,341	,000[a]
	Residual	71,103	96	,741		
	Total	642,910	99			

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Koefisien Determinasi

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,294	,858		2,675	,009		
Kualitas Pelayanan	,153	,041	,287	3,706	,000	,192	5,204
Kualitas Produk	,175	,038	,339	4,657	,000	,217	4,604
Lokasi	,271	,033	,407	8,281	,000	,476	2,100

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

abel 7

Uji t

Tabel 8

Uji F

Model Summary[b]

del	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	,943[a]	,889	,886	,861	1,706

redictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

ependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Bakar "Wong Solo" Kediri. Hal ini memberi arti bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan kepuasan pelanggan.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Bakar "Wong Solo" Kediri. Semakin baik kualitas produk Rumah Makan Ayam Bakar "Wong Solo" maka semakin tinggi konsumen akan tertarik sehingga tercipta kepuasan pelanggan.
3. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Bakar "Wong Solo" Kediri. Dengan lokasi yang strategis akan membuat pelanggan merasa senang, sehingga pelanggan akan merasa puas.
4. Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Bakar "Wong Solo" Kediri.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Arikunto, Suharsini. 2002. *Prosedur Penelitian Suatau Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

BAN-PT. 2006. *Pedoman Umum Akreditasi Institusi Perguruan Tinggi*.

Budiono, 2008, *Analisis Regresi*, Yogyakarta, Yogyakarta, Program Pascasarjana Universitas Negeri.

Cravens, D W. 2000. *Pemasaran Strategis, Edisi Keempat, Alih Bahasa: Lina Salim*. Jakarta, Penerbit Erlangga.

Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang, Universitas Diponegoro.

Gunawan, K. 2011. *Analisis Pengaruh Status Akreditasi dan Perubahan Kurikulum terhadap Minat Belajar Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Jurusan Syari`ah STAIN Kudus*

Hahn dan Kenneth G. Mangun. 2000. *Do it yourself advertising and promotion***,** Jakarta: penerbit Grasindo.

Husein Umar. 2004. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.

James F, Blackwell, Roger D, and Miniard Paul W. 1995. *Perilaku Konsumen. Terjemah: Budiyanto.* Jakarta: Penerbit Grasindo.

Kementrian Depdikbud Kopertis Wilayah VII Jawa Timur. 2012. *Direktorat PTS kopertis Wilayah VII Jawa Timur Subbag Administrasi dan Publikasi*, Surabaya.

Kotler, Philip, (2000), *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta.

Swastha, dan Irawan. 1996, *Azas-Azas Marketing, Edisi Ketiga.* Yogyakarta: BPFE.