ARTIKEL

PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG BEBEK AYAM SAGU KERTOSONO

THE INFLUENCE OF PRICE, LOCATION, AND QUALITY OF SERVICE TO CUSTOMER SATISFACTION ON WARUNG BEBEK AYAM SAGU KERTOSONO

Oleh:

IRMA KHOIROTUN NISA'
NPM: 13.1.02.02.0122

Dibimbingoleh :

1. **Dr. Sri Aliami, M.M.**
2. **RonyKurniawan, M.M**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRIKEDIRI
2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap	: Irma Khoirotun Nisa'
NPM	: 13.1.02.02.0122
Telepun/HP	: 085649452269
Alamat Surel (Email)	: irmanissa69@gmail.com
Judul Artikel	: Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat PerguruanTinggi	: Jalan K.H. Achmad Dahlan 76

Dengan ini menyatakan bahwa:

a. Artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. Artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggung jawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 10 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Sri Aliami, M.M. **NIDN.0716086403**	**Rony Kurniawan, M.M.** **NIDN. 0730076804**	**Irma Khoirotun Nisa'** **13.1.02.02.0122**

PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG BEBEK AYAM SAGU KERTOSONO

Irma Khoirotun Nisa'
13.1.02.02.0122
Fakultas Ekonomi – Prodi Manajemen
Irmanissa69@gmail.com
Dr. Sri Aliami, M.M dan Rony Kurniawan, M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Abstrak

Irma Khoirotun Nisa: Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono. Skripsi, Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2017.

Penelitian dilatarbelakangi oleh persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat, sehingga menuntut pelaku bisnis untuk memaksimalkan usahanya agar dapat bersaing di pasar. Penelitian ini bertujua untuk menganalisis (1) Pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono. (2) Pengaruh yang signifikan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono. (3) Pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono.(4) Pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono. Sedangkan sampel yang diambil peneliti sebanyak 80 responden dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan terlebih dahulu menguji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS 23.

Hasil uji t diketahui t tabel sebesar 1,655 dan diperoleh t hitung harga sebesar -2,628 signifikansi 0,010, lokasi sebesar 3,873 signifikansi 0,000 , dan kualitas pelayanan sebesar 3,477 signifikansi 0,001, sehingga dapat disimpulkan (1) variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan (3) variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk uji simultan F, diketahui F tabel sebesar 2,72 dan F hitung sebesar 50,958 dengan signifikansi 0,000 yang berarti secara simultan variabel bebas harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Ketosono.

KATA KUNCI : Harga, Lokasi, Kualiatas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

I. LATAR BELAKANG

Di era globalisasi saat ini banyak kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam bisnis modern. Perubahan tersebut di tandai dengan pola berpikir masyarakat yang berkembang, kemajuan teknologi, dan gaya hidup tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Pengaruh dari perkembangan zaman diantranya banyak bermunculan produk barang dan jasa yang ditawarkan dengan berbagai kelebihan dan keunikan sesuai karakteristik spesifikasi. Hal `ini membuat konsumen memiliki alternatif pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan produsen. Sebaliknya bagi produsen hal tersebut merupakan suatu ancaman karena semakin banyak produk barang dan jasa yang bermunculan, maka semakin ketat persaingan dalam dunia bisnis. Untuk itu, pelaku bisnis harus memaksimalkan usahanya agar dapat bersaing di pasar.

Untuk menghadapi persaingan pelaku usaha harus mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelangganya. Dengan memahami dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2015:44), kepuasan pelanggan merupakan elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasara modern. Persaingan dapat dimenangkan apabila perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Menurut Swastha (2010:29), menyatakan bahwa ada lima penggerak utama kepuasan pelanggan yaitu: kualitas pelayanan, harga, faktor emosional, lokasi, dan kemudahan untuk mendapatkan jasa.

Penelitian ini membahas mengenai harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono. Semakin terpenuhinya harapan-harapan konsumen maka konsumen akan semakin puas. Konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian secara berulang. Pembelian yang berulang tersebut dapat dikatakan bahwa konsumen merasa puas dengan pelayanan dan produk yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono"**

Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono?
2. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono?
3. Apakah kualitas pelayanan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono?
4. Apakah pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono?

Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono
2. Pengaruh yang signifikan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono
3. Pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono
4. Pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono

KAJIAN TEORI

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2015:44), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern. Persaingan dapat dimenangkan apabila perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Kotler dan Armstrong (2012:546), mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu pembelian tergantung pada kinerja produk aktual, sehingga sesuai dengan harapan pembeli.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan

konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut.

Menurut Tjiptono (2015:76), variabel kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan indikator sebagai berikut, yaitu:

1. Kinerja (*performance*),
2. Fitur (*features*),
3. Kesesuian dengan spesifikasi *(conformance to specifications*),
4. Daya tahan *(durability*),
5. *Serviceability*,
6. Estetika,
7. Persepsi terhadap kualitas (*perceived quality*).

Harga

Menurut Alma (2013:169), menyatakan bahwa harga adalah niali suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Value adalah nialai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang.

Menurut Kotler ddan Armstrong (2012:430), menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, harga merupakan sejumlah uang atau nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari barang atau jasa serta merupakan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Menurut Staton (dalam Rosvita, 2010:24), indikator harga adalah sebagai berikut:

1. Keterjangkauan kesesuaian harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Lokasi

Menurut Lupiyoadi (2013:96), lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana kegiatan operasi dan stafnya akan ditempatkan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:92), menyatakan bahwa *place* (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, lokasi merupakan tempat dimana kegiatan operasi dan produksi dilakukan untuk menghasilkan produk barang atau jasa perusahaan.

Menurut Tjiptono (2014:159), ada beberapa indikator lokasi sebagai berikut:

1. Akses,
2. Visibilitas,
3. Lalu lintas,
4. Tempat parkir yang luas nyaman, dan aman,
5. Ekspansi, .
6. Lingkungan,
7. Peraturan pemerintah,

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2011:59), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Lupiyoadi (2013:216), kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan atas pelayanan yang diterima.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah tingkat kemampuan dari sebuah perusahaan dalam memberi segala yang menjadi keinginan dan harapan konsumen untuk memenuhi kebutuhan.

Menurut Tjiptono (2011:347), terdapat lima indikator kualitas pelayanan yang disusun sesuai kepentingan relatifnya yaitu sebagai berikut:

1. Reliabilitas (*reliability*)
2. Daya tanggap (*responsiveness*)
3. Jaminan (*assurance*)
4. Empati (*emphaty*)
5. Bukti Fisik (*tangibles*)

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian korelaisonal yaitu metode penelitian yang menghubungkan antara satu variabel dengan variabel lain untuk menciptakan bentuk dan wujud yang berbeda dengan sebelumnya. Menurut Sugiyono (2012:7) Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu data kuantitatif berbentuk angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian ini dilakukan di Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono yang berada di Jalan Raya Kertosono – Nganjuk. Waktu yang diperlukan untuk melakukan penelitian ini yaitu 3 bulan mulai April sampai dengan juni 2017.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 responden. Teknik yang digunakan

untuk pengambilan sampel adalah teknik *purposive sampling*.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner/angket. Sebelum instrumen digunakan untuk pengumpulan data terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Menurut Sugiyono (2012:361), validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilakukan peneliti.

Untuk menentukan validitas butir soal dalam penelitian ini menggunakan teknik *pearson product moment* yang dihitung dengan menggunakan bantuan program SPSS 23.0. dimana dalam uji validitas ini dilkaukan suatu perbandingan antara r_{hitung} dengan $r_{tabel.}$ Uji validitas ini menggunakan taraf signifikan sebesar 5%. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir soal dikatakan valid.

Setelah melakukan uji validitas instrumen, selanjutnya melakukan uji reliabilitas. Menurut Sugiyono (2014:204), pengujian ini dilakukan untuk mengukur tingkat keandalan dari alat ukur sebuah instrumen data. Teknik ini dilakukan dengan *SPSS versi 23.0*. ujii reliabilitas ini mengacu pada nilai aplha yang dihasilkan dalam *output SPSS*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah jika nilai alpha lebih besar dari r_{tabel} maka item-item angket yang digunakan dinyatakan reliabel atau konsisten, sebaliknya jika nilai alpha lebih kecil dari r_{tabel} maka item-item angket yang digunakan dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Teknik analsis data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi,yang kedua mengguankan uji analisis regresi linier berganda, yang ketiga menggunakan Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted* R^2), dan yang terakhir menggunakan uji hipotesis yang terdiri dari uji T (parsial) dan uji F (simultan).

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berdasarkan perhitungan uji validitas dan reliabilitas dengan dibantu program SPSS 23.0 dalam perhitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Hasil uji validitas dengan menggunakan *correcteditem-total*

correlation atau r_{hitung} semua item pertanyaan variabel harga, lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan lebih besar dari r_{tabel} = 0,219. sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel harga, lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

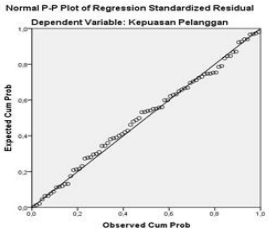
Hasil uji reliabilitas diketahui nilai *Cronbach's Alpha* variabel harga sebesar 0,796> 0,60, variabel lokasi sebesar 0,713 > 0,60, kualitas pelayanan sebesar 0,813> 0,60 dan kepuasan pelanggan sebesar 0,701> 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator atau kuesioner yang digunakan variabel harga, lokasi, kualitas Pelayanan, dan kepuasan pelanggan semua dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan perhitungan uji asumsi klasik dengan dibantu program SPSS 23.0 dalam perhitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Berdasarkan uji normalitas yang telah dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23.0, diperoleh gambar sebagai berikut:



Sumber : diolah dari data primer 2017

Gambar 4.2
Uji Normalitas

Dari gambar 4.2 di atas dapat dilihat bahwa data telah berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan pada gambar di atas bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan sudah memenuhi dasar kepuasan pelanggan.

b. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan uji multikolinearitas yang telah dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23.0, diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7
Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	,928	1,078
	Lokasi	,326	3,068
	Kualitas Pelayanan	,316	3,167

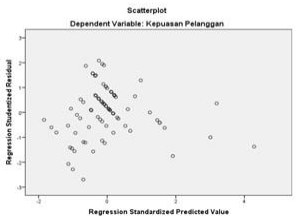
Sumber: diolah dari data primer 2017

Dari pada tabel 4.7dapat dilihat bahwa model regresi tidak terjadi korelai antar variabel bebas. Hal ini ditunjukkan pada tabel

tersebut bahwa variabel harga, lokasi, dan kualitas pelayanan memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,928; 0,326; 0,316 yang lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF sebesar 1,078; 3,068; 3,167 yang lebih kecil dari 10. Dengan demikian dalam model regresi ini tidak ada masalah multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan uji heterokedastisitas yang telah dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23.0, diperoleh gambar sebagai berikut:



Sumber: Diolah Dari data Primer 2017

Gambar 4.3
Hasil Uji Heterokedastisitas

Dari gambar 4.3 di atas dapat diketahui hasil pengujian heterokedastisitas menunjukkan titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola serta berada di atas nol dan di bawa nol, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini asumsi heteroskedastisitas telah terpenuhi.

d. Uji Autokorelasi

Berdasarkan uji autokorelasi yang telah dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23.0, diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.8
Uji Autokorelasi

Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1,3112	1,794

Sumber : Diolah dari data primer 2017

Dari tabel 4.8 di atas nilai durbin watson (dw) yang dihasilkan adalah 1,794; nilai du = 1,715 sehingga 4 - du= 4 - 1,715 = 2,28. Jadi, dapat disimpulkan bahwa nilai durbin watson (dw) terletak antara du s/d 4-u atau du < d < 4 – du sehingga dalam penelitian ini tidak ada autokorelasi, positif atau negatif.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan uji analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23.0, diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9
Analisi Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,596	2,311		1,556	,124
Harga	-,131	,050	-,180	-2,628	,010
Lokasi	,567	,146	,448	3,873	,000
Kualitas Pelayanan	,332	,096	,409	3,477	,001

Sumber: Diolah dari data Primer 2017

Dari tabel 4.9 di atas, makadapatdibuatpersamaanregresibergandasebagaiberikut:

$Y = 3,596 - 0,131X_1 + 0,567X_2 + 0,332 X_3$

a = 3,596 : Artinyaapabilavariabelharga, lokasi dankualitaspelayanan diasumsikantidakmemilikipengaruhsamasekali (=0), makavariabel Y (KepuasanPelanggan) memilikinilai3,596.

$b_1 = -0,131X_1$: Artinyabahwa setiappeningkatan hargasecarapositif naik 1 (satuan) akan menurunkankepuasanpelanggansebesar-0,131bilavariabellainnyakonstan.

$b_2 = 0,567X_2$: Artinyabahwasetiappeningkatanlokasisecarapositifnaik 1 (satuan) akanmeningkatkankepuasanpelanggansebesar 0,567bilavariabellainnyakonstan.

$b_3 = 0,332X_3$: Artinyabahwa setiappeningkatankualitaspelayanansecarapositifnaik 1 (satuan) akanmeningkatkankepuasanpelanggansebesar 0,332bilavariabellainnyakonstan.

Padapenelitianinivariabellokasi (X_1) yang merupakanvariabel yang paling dominan / besarpengaruhnyaterhadapkepuasan pelangganpada Warung Sagu Kertosono, selanjutnyadipengaruhiolehkualitas pelayanan (X_3) dan harga (X_2), dimanauntukmenentukanmana yang paling dominandiurutkansampai yang terkecildilihatdarinilaikoefisienregresi yang dimilikimasing-masingvariabel.

Koefisien Determinasi R^2

Berdasarkan uji koefisien determinasi yang telah dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23.0, diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.10
Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,817[a]	,668	,655	1,3112

Sumber: Diolah dari data Primer 2017

Dari tabel 4.10 di atas, diketahui nilai R Squaresebesar 0,668 yang dapat diartikan bahwa variabelharga, lokasi dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 66,8%. Sedangkan sisannya dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 33,2 %.

Uji Parsial (t)

Berdasarkan uji parsial (t) yang telah dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23.0, diperoleh gambar sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,596	2,311		1,556	,124
Harga	-,131	,050	-,180	-2,628	,010
Lokasi	,567	,146	,448	3,873	,000
Kualitas Pelayanan	,332	,096	,409	3,477	,001

Sumber : Diolah dari data primer 2017

Dari tabel 4.11 di atas dapat disimpulkan:

H1: Variabel harga (X_1) diperoleh nilait$_{hitung}$= -2,628 <t$_{tabel}$(1;665) dengan taraf signifikan = 0,010< 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan perhitungan di atasmembuktikan bahwaharga (X_1) secaraparsialberpengaruhsignifikanterhadapkepuasanPelanggan (Y) di Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono

H2: Variabel lokasi (X_2) diperoleh nilait$_{hitung}$= 3,873 >t$_{tabel}$(1;665) dengan taraf signifikan = 0,000< 0,05 yang berarti H_0 diterima dan H_a diterima. Berdasarkan perhitungan di atasmembuktikan bahwa lokasi (X_1) secaraparsialberpengaruhsignifikanterhadapkepuasanPelanggan (Y) di Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono

H3: Variabel kualitas pelayanan (X_3) diperoleh nilait$_{hitung}$= 3,477 >t$_{tabel}$(1;665) dengan taraf signifikan = 0,001< 0,05 yang berarti H_0 diterima dan H_a diterima. Berdasarkan perhitungan di atasmembuktikan bahwa kualitas pelayanan (X_3) secaraparsialberpengaruhsignifikanterhadapkepuasanPelanggan (Y) di Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono.

Uji Simultan (F)

Berdasarkan uji normalitas yang telah dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23.0, diperoleh gambar sebagai berikut:

Tabel 4.12
Uji Simultan F
ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	262,826	3	87,609	50,958	,000[b]
	Residual	130,661	76	1,719		
	Total	393,487	79			

Sumber : Diolah dari data Primer 2017

Daritabel 4.12 di atasmenunjukkanhasilujisignifikansi simultanataubersama – sama (UjiStatistik F) nilaiF_{hitung}= 50,958 > Ftabel = 2,72 ataunilai sig. = 0,000 < 0,05 H_0diterima ; artinyasecarasimultanataubersama-samaharga (X_1), lokasi (X_2), dankualitaspelayanan(X_3) memilikipengaruh yang signifikanterhadapkepuasanpelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono.

Pembahasan

1. **Pengaruh HargaterhadapKepuasan Pelanggan**

Hargamerupakan faktor penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, karena jika harga yang diberikan perusahaan terjangkau dan sesuai manfaat maka pelanggan akan merasa puas, dan sebaliknya jika harga yang diberikan perusahaan tinggi dan tidak sesuai harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa.

Berdasarkanhasilpenelitian danpengujianmenggunakananalisis regresi linier berganda di perolehnilai t = -2,628lebihkecildari t tabel = 1,665dandiperolehnilaisignifikanse besar 0,010< 0,05. Sehinggamembuktikanbahwaharga berpengaruhsignifikanterhadapkepuasan pelanggan, artinyasemakintepat harga yang diberikanmakaakansemakinbesarkepuasanpelangganterhadap produk kita.Pelanggan yang puas akan datang lagi untuk membelian dan menceritakan kepada orang lain sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

2. **Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan**

Lokasi merupakan salah satu faktor untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Lokasi yang strategisdapat meningkatkankepuasan pelanggan karena lokasi yang strategis dan aman dapat memudahkan konsumen saat berkunjung.

Berdasarkanhasilpenelitian danpengujianmenggunakananalisis regresi linier berganda di perolehnilai t = 3,873 > t tabel = 1,665dandiperolehnilaisignifikanse besar 0,000 < 0,05. Sehinggamembuktikanbahwalokas

iberpengaruhsignifikanterhadapkepuasanpelanggan, artinyasemakin strategis lokasi perusahaan berdiri maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan karena lokasi yang startegis memudahkkan akses konsumen untuk membeli.

3. **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang harus dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan pelanggan. Karena kualitas pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Berdasarkanhasilpenelitian danpengujianmenggunakananalisis regresi linier berganda di perolehnilai t = 3,477> t tabel = 1,665dandiperolehnilaisignifikanse besar 0,001< 0,05. SehinggamembuktikanbahwaKualitasPelayananberpengaruhsignifikanterhadapkepuasanpelanggan, artinyasemakinbaikkualitaspelayanan yang diberikanmakaakan meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. **Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkanhasilpenelitian danpengujianmenggunakananalisis regresi linier berganda di perolehnilaiF_{hitung}= 50,958>F_{tabel} = 2,72 dengantingkatsignifikansi 0,000. Karenaprobabilitasnyasignifikansijauhlebihkecildari sig < 0,05, makadapatdikatakanbahwaharga (X_1), lokasi (X_2), dankualitaspelayanan(X_3) secarasimultanataubersama – samaberpengaruhterhadapkepuasanpelangganpadaWarung Sagu Kertosono. Hal ini berarti bahwa dengan memberikan harga yang sesuai manfaat yang diterima konsumen, dan lokasi warung sagu yang berada di tempat yang strategis, serta memberikan pelayanan yang baik untuk pelanggan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kesimpulan

1. Hargaberpengaruh signifikanterhadap kepuasanpelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono.
2. Lokasiberpengaruhsignifikanterhadapkepuasanpelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono.

3. KualitasPelayananberpengaruhsignifikanterhadapkepuasan pelanggan pada Warung Bebek Ayam Sagu Kertosono.
4. Harga (X_1), lokasi (X_2) dankualitaspelayanan (X_3) berpengaruhsimultanataubersama – samaterhadapkepuasanpelanggan. Hal iniberartibahwaharga, lokasi, dankualitaspelayananyang diberikanbaik, makaakanmeningkatkan kepuasanpelangganpadaWarung Sagu Ketosono.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta Bandung

Kotler, P dan G. Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsipPemasaran*. EdisiKetigabelas. Jilid 1. PenerbitErlangga. Jakarta.

Lupiyoadi, R. 2013. *ManajemenPemasaranJasaBerbasisKompetensi*. EdisiKetiga. SalembaEmpat. Jakarta.

Rosvita Dua Lembang. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro di* Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung:Alfabeta.

. 2014. *MetodePenelitianManajemen*. CV. Alfabeta. Bandung.

Swastha, B. 2010, *ManajemenPemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Quality and Satisfaction*. Edisi 3. Andi Offset. Yogyakarta.

. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi kedua. Andi. Yogyakarta

.2014. *PemasaranJasa*. Jakarta: GramediaCawang.

. 2015. *Strategi Pemasaran.* Edisi Empat. Penerbit CV. Andi Offset. Yogyakarta.