ARTIKEL

ANALISIS FAKTOR LOKASI, KELENGKAPAN PRODUK, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CAFFEE CORNER KERTOSONO

ANALYSIS OF LOCATION FACTORS, COMPLETENESS PRODUCTS, AND FACILITIES TO CUSTOMER SATISFACTION ON CAFFEE CORNER KERTOSONO

Oleh:

INDA PERMATASARI

14.1.02.02.0221

Dibimbing oleh :

1. **Poniran Yudho Leksono, SE,MM.**
2. **Sigit Ratnanto, M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2018

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Inda Permatasari
NPM	: 14.1.02.02.0221
Telepun/HP	: 085815936797
Alamat Surel (Email)	: -
Judul Artikel	: Analisis Faktor Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Caffee Corner Kertosono
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. Kh. Achmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur, 64112

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 di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 26 juli 2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Poniran Yudho Leksono, SE, MM. NIDN. 0704047306	Sigit Ratnanto, M.M. NIDN. 0706067004	Inda Permatasari NPM. 14.1.02.02.0221

ANALISIS FAKTOR LOKASI, KELENGKAPAN PRODUK, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CAFFEE CORNER KERTOSONO

Inda permatasari
14.1.02.02.0221
Fakultas Ekonomi – Program Studi Manajemen
Email: zhieiin@yahoo.co.id
Poniran Yudho Leksono,SE,MM.[1] dan Sigit Ratnanto, M.M.[2]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi pada kepuasan pelanggan di Caffee Corner Kertosono dengan lokasi yang merupakan salah satu unsur yang dijadikan bahan bertimbangan oleh konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian. Kelengkapan produk caffee corner kertosono menciptakan kepuasan pelanggan sangat dibutuhkan. Fasilitas juga merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Pengaruh yang antara signifikan faktor lokasi Caffee Corner Kertosono, 2) Pengaruh yang antara signifikan kelengkapan produk Caffee Corner Kertosono, 3) Pengaruh yang antara signifikan fasilitas Caffee Corner Kertosono, 4) Pengaruh yang antara signifikan faktor lokasi, kelengkapan produk, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Caffee Corner Kertosono.

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuasalitas. Populasi penelitian adalah semua pelanggan yang berkunjung pada caffe corner kertosono dan sampel yang digunakan berjumlah 40 responden dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini 1) Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Caffee Corner Kertosono. 2) Kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Caffee Corner Kertosono. 3) Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Caffee Corner Kertosono. 4) Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Caffee Corner Kertosono.

KATA KUNCI : *Lokasi, Kelengkapan Produk, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan*

I. LATAR BELAKANG

Kuliner menjadi salah satu hobi yang bisa dikatakan bukan hobi baru oleh masyarakat. Mulai dari restoran, restoran cepat saji, rumah makan, depot sampai saat ini banyak di minati anak muda jaman sekarang yaitu caffee telah banyak bermunculan. Dari sekian banyaktempat makan yang ada, caffee menjadi salah satu tempat yang sangat populer dikalangan anak muda di era serba modern seperti ini. Di mulai dari caffee yang hanya menyajikan makanan pembuka saja. Kemudian caffee yang memiliki sajian menu dari makanan pembuka, makanan berat, hingga makanan ringan, sampai caffee yang menyajikan menu makanan dan minuman yang unik dan tak biasa atau terbilan ekstrim selain disediakan menu menu seperti itu, di sediakan pula tempat yang nyaman, bersih dan memiliki ruangan dengan desain yang unik atau berbeda dengan biasanya untuk memanjakan para konsumen yang datang serta memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan pula untuk setiap konsumennya.

Pilihan produk konsumen berubah secara terus-menerus. Sebuah perusahaan harus mempunyai pengetahuan seksama tentang perilaku konsumen agar dapat memberikan definisi pasar yang baik untuk mengikuti perubahan yang konsisten dan terus-menerus ini, serta untuk merancang bauran pemasaran yang tepat. Perilaku konsumen menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan-keputusan pembelian dan bagaimana mereka menggunakan dan mengatur pembelian barang atau jasa.

Kotler & Keller (2009:139), Menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan pemasaran senang atau kecewa seorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspetasi mereka. Jika konsumen puas maka konsumen akan dengan sukarela menyebarkan informasi produk tersebut pada konsumen lain. Dengan demikian, mekanisma *Word Of Mouth* (dari mulut kemulut) menjadi perpanjangan tangan penjual untuk menyebarluaskan produknya.

Coffee Corner merupakan sebuah Caffee Shop yang terletak di Kecamatan Kertosono merupakan Caffee yang pertama kali menyajikan

berbagai macam olahan atau racikan kopi dengan berbagai variasi rasa. Sesuai namanya produk utama yang di tawarkan dari caffee ini adalah berbagai macam jenis kopi yang di datangkan langsung dari luar daerah di jawa timur. Keistimewaan dari kopi-kopi yang biasa orang nikmati adalah dalam cara meraciknya. Jika ada caffee-caffee shop lainnya kopi yang disajikan dalam bentuk instan atau kopi shaset, lain halnya dengan cara menyajikan pada Caffee Corner yaitu dengan langsung memblender kopi yang sudah digoreng pada saat orang tersebut memesan. Mengapa demikian, karena untuk menjaga kemurnian rasa pada kopi tersebut.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, oleh karena itu peneliti mengambil judul tentang **"Analisis faktor lokasi, kelengkapan produk, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada *Caffee Corner* Kertosono"**.

Berdasarkan dari latar belakang diatas dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut :

1. Pelanggan merasa lokasi *Caffee Corner* Kertosono kurang tepat karena aksesnya cukup gelap dan jauh dari keramaian.
2. Pelanggan merasa kelengkapan produk *Caffee Corner* Kertosono kurang bervariasi.
3. Pelanggan merasa fasilitas *Caffee Corner* Kertosono kurang memadai dengan baik.
4. Pelayanan tidak cekatan atau kurang memperhatikan pelanggan yang baru datang.

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat dituliskan tujuan penelitian untuk mengetahui :

1. Pengaruh yang signifikan antara faktor lokasi *Caffee Corner* Kertosono terhadap kepuasan pelanggan
2. Pengaruh yang signifikan antara kelengkapan produk *Caffee Corner* Kertosono terhadap kepuasan pelanggan
3. Pengaruh yang signifikan antara fasilitas *Caffee Corner* Kertosono terhadap kepuasan pelanggan
4. Pengaruh yang signifikan anatara faktor lokasi, kelengkapan produk, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada *Caffee Corner* Kertosono

Kajian Teori

1. **Kepuasan Pelanggan (Y)**

   Tjiptono (2013:199), mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai berikut :

   Kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan/pemakainya.

   Tjiptono (2014:353), Klasifikasi kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan [11] ıku pembeli), serta pasar secara keseluruhan.

2. **Lokasi (X1)**

   Lupiyoadi (2011:61-62), mengemukakan definisi lokasi adalah tempat di mana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Swastha (2012:24), menyatakan bahwa Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi.

   Tjiptono (2005:190), mengemukakan lokasi sebagai salah satu faktor krusial yang beerpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa.

3. **Kelengkapan Produk (X2)**

   Kotler (2002:448), menyatakan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan pada karakteristik atau ciri, atau atribut produk dari produk tersebut.

   Tjiptono (2008) dalam Wibawa (2014) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau

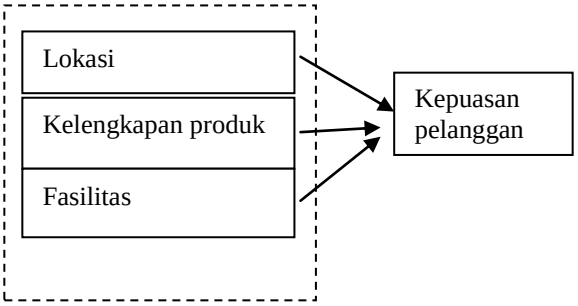
keinginan pasar yang bersangkutan.

4. **Fasilitas (X3)**

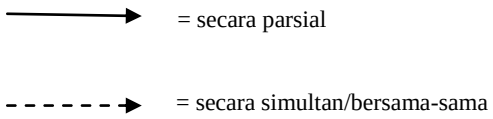
Kotler (2013:45), Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal.

Tjiptono (2010:99), Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut. Fasilitas adalah sumberdaya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak di bidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menjadikan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan pendapatan perusahaan.

Kerangka Berpikir



Keterangan



H1 : Faktor Lokasi berpengaruh signifikan terhadap pelanggan pada Caffee Coner Kertosono

H2 : Kelengkapan produk berpengaruh signifikasi kepuasan pelanggan pada Caffee Coner Kertosono

H3 : Fasilitas berpengaruh signifikasi terhadap pelanggan pada Caffee Coner Kertosno.

H4 : Faktor Lokasi, Kelengkapan produk, Fasilitas secara silimutan berpengaruh signifikan terhadap pelanggan pada Caffee Coner Kertosono.

II. METODE

Variabel penelitian

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Lokasi (X1), Kelengkapan Produk (X2) dan Fasilitas (X3) Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

Pendekatan dan Teknik Penelitian

1. **Pendekatan penelitian**

   Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini di sajikan dengan angka-angka. Selain itu dalam penelitian ini diproses pengumpulan data dengan menggunakan kuensioner dan study pustaka. Menurut Sugiyono (2014:13) mendefinisikasikan metode penelitian kuantitatif sebagai berikut Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang dilandaskan pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang diterapkan.

2. **Teknik Penelitian**

   Teknik penelitian yang digunakan adalah kausal komperatif. Menurut Kuncoro (2009:271), penelitian komparatif *(Causal Comparative Research)* berusaha mengamati alasan atau penyebab terjadinya fenomena yang teliti. Penelitian ini dimaksudkan agar peneliti dapat mengetahui adakah pengaruh lokasi (X1), kelengkapan produk (X2), dan fasilitas (X3) terhadapa kepuasan pelanggan (Y) pada Caffee Coner Kertosono.

Populasi dan Sampel

1. **Populasi**

   Sugiyono (2014:115), " populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan". Dalam penelitian ini menjadi populasi adalah pelanggan yang

berkunjung di Caffe Corner Kertosno. Jumlah populasi tidak dapat didentifikasikan.

2. **Sampel**

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 40 responden digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, menurut Sugiyono (2012:122) pengertian *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan dari pemilihan responden adalah dari usia minimal 13 tahun dan pelanggan yang sudah berkunjung minimal 2x.

Intrumen penelitian

Menurut sugiyono (2014:93) Untuk keperluan analisis kuantitatif, intrumen ini akan dibuat dalam bentuk cheklist (√) dan peneliti akan memberi skor pada setiap jawaban responden terhadap setiap indikator.

Uji validitas adalah pengujian yang ditujukan untuk mengetahui suatu data dapat dipercaya kebenerannya sesuai dengan kenyataan. " instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti intrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus seharusnya diukur. "pengujian validitas ini menggunakan *Pearson Correlation* yaitu keputusan mengenai valid tidaknya butir kuesioner. Jika pada tingkat signifikan 5% nilai r hitung > r tabel maka dapat disimpulkan bahwa butir kuesioner tersebut valid dengan jumlah n = 34.

Uji realiabilitas sebenernya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel konstruk". Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu kewaktu. Butir kuesioner dikatakan tidak reliabel (layak) jika *Cronbach Alpha* >0,06 dan dikatakan tidak reliabel jika *Cronbach Alpha*<0,06.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

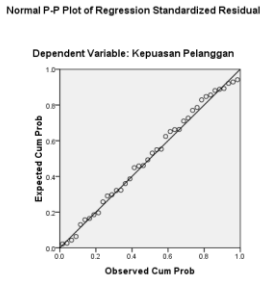
Hasil

1. **Uji Asumsi Klasik**

   a. **Uji Normalitas**

Asumsi residual memiliki distribusi normal dapat dilihat dari *Normal Probability Plot.* Apa bila

titik-titik pada *normal probability* plot menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilihat pada grafik normal P - Plot sebagai berikut :



Gambar 1

Hasil uji normalitas

Berdasarkan gambar 1, , maka dapat diketahui data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka produk regresi memenuhi asumsi normalitas, karena data dari hasil jawaban responden tentang lokasi, kelengkapan produk dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan adalah menyebar diantara garis diagonal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Apabila nilai tolerance > 10% dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Dalam penelitian ini dapat dilihat pada tael berikut:

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Lokasi	.994	1.006
	Kelengkapan Produk	.902	1.109
	Fasilitas	.899	1.112

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel 1

Hasil Uji Multikolnieritas

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa setiap

Model Summary[b]

Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1.897	1.924

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi, Kelengkapan Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

1

bebas (lokasi, kelengkapan produk dan fasilitas) mempunyai nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,1. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai *tolerance* untuk lokasi sebesar 0,994 dan VIF sebesar 1.006, variabel kelengkapan produk dengan nilai *tolerance* sebesar 0,902 dan VIF sebesar 1,109 dan variabel fasilitas dengan nilai *tolerance* sebesar 0,899 dan VIF sebesar 1.112 Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini terbukti terbebas dari gejala multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Pengujian Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi antara kesalahan penggangu pada pengamatan dengan melihat hasil perhitungan angka *Durbin Watson*. Dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2

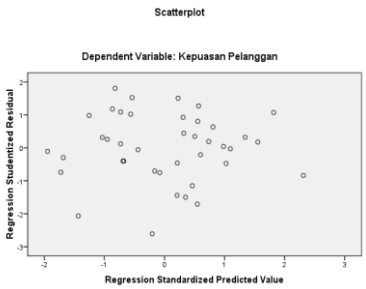
Uji Autokorelasi

Berdasarkan tabel 2 diatas, pengujian yang telah dilakukan menghasilkan nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,924. Nilai dU dengan 3 variabel bebas n = 40 yaitu 1,660 dan nilai 4-dU = 2,340. Jadi 1,660 < 1,924< 2,340 atau dL < DW < 4-dU, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam pengujian

model regresi ini tidak terjadi autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Heterokedasitas dapat dilakukan melalui pengamatan terhadap pola *scater plot* yang dihasilkan melalui program SPSS, dengan dasar pengambilan keputusan: jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas digambarkan dalam model seperti berikut :



Gambar 2

heteroskedastitas

berdasarkan gambar 2 diatas hasil analisis data dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistics* 23, maka dapat diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dapat diartikan bahwa data dari hasil jawaban responden tentang lokasi, kelengkapan produk dan fasilitas tidak mempunyai standar deviasi atau penyimpangan data yang sama terhadap kepuasan pelanggan.

2. Analisis Regresi linear Berganda

Analisis persamaan regresi linier berganda adalah analisis untuk mengetahui hubungan antara lebih dari satu variabel independen dengan variabel dependen menggunakan persamaan linier. Perhitungan statistik analisis regresi linier

berganda dalam penelitian ini dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	6.339	7.403	
	Lokasi	.269	.130	.306
	Kelengkapan Produk	.259	.194	.216
	Fasilitas	.178	.141	.203

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan perhitungan pada tabel 3 di atas, maka dapat dinotasikan dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = 6.339 + 0,269\ X_1 + 0,259\ X_2 + 0,178\ X_3}$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut ini:

a. Konstata = 6.339
   Apabila lokasi (X1), kelengkapan produk (X2) dan fasilitas (X3) diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali (=0), maka nilai kepuasan pelanggan sebesar 6.339.
b. Koefisien X1 = 0,269
   Artinya apabila lokasi (X1) naik 1 (satu) satuan dan kelengkapan produk (X2) juga fasilitas (X3) tetap, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,269 satuan.
c. Koefisien X2 = 0,259
   bila kelengkapan produk (X2) naik 1 (satu), lokasi (X1) juga fasilitas (X3) tetap, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,259 satuan.
d. Koefisien X3 = 0,178
   Apabila fasilitas (X3) naik 1 (satu) satuan dan lokasi (X1) juga kelengkapan produk (X2) tetap, maka

kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,178 satuan.

Berdasarkan keterangan diatas, nilai tertinggi di peroleh dari variabel lokasi yaitu sebesar 0,269, kemudian diikuti variabel kelengkapan produk sebesar 0,259, dan nilai terendah diperoleh dari variabel fasilitas yaitu sebesar 0,178.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (parsial)

Berikut merupakan hasil pengujian secara persial menggunakan uji yang akan dibandingkan dengan signifikan 0,05 yang bisa dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4

Hasil uji t

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.339	7.403		.856	.007
Lokasi	.269	.130	.306	2.072	.045
Kelengkapan Produk	.259	.194	.216	2.336	.010
Fasilitas	.178	.141	.203	2.259	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 4 di atas, maka untuk uji parsial dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Variabel lokasi memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2,072 < 2,028 dengan taraf signifikan yaitu 0,045 < 0,05 yang berarti Ho ditolak dan Ha di terima. Berdasarkan perhitungan di atas membuktikan bahwa X1 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Caffe Corner Kertosono. Dan untuk hipotesis pertama (H1) diterima.

2) Variabel kelengkapan produk memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2.336 < 2,028 dengan taraf signifikan yaitu 0,10 < 0,05 yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Berdasarkan perhitungan di atas membuktikan bahwa X2 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

pelanggan Caffe Corner Kertosono. Dan untuk hipotesis kedua (H2) diterima.

3) Variabel fasilitas memperoleh nilai t_{hitung} > t_{tabel} 2.259 > 2,028 dengan taraf signifikan yaitu 0,01 > 0,05 yang berarti Ho ditolak dan Ha di terima. Berdasarkan perhitungan diatas membuktikan bahwa X3 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Caffe Corner Kertosono. Dan untuk hipotesis ketiga (H3) diterima.

b. Uji F (Slimutan)

Hasil dari penelitian secara silmutan (bersama-sama menggunakan uji F dapat dilihat pada tabel :

Tabel 5

Hasil Uji F (slimutan)

ANOVA[b]

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	55.206	3	18.402	5.113	.005[a]
Residual	129.569	36	3.599		
Total	184.775	39			

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi, Kelengkapan Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

erdasarkan perhitungan pada tabel 5 di atas, diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 5.113 dengan batas signifikansi 0,005. Sementara F tabel 2,87. Nilai F hitung (5.113) > F tabel (2,87) atau nilai signifikan sebesar 0,005 < 0,05 yang artinya H0 ditolak dan Ha diterima. Dari perhitungan tersebut membuktikan bahwa lokasi (X1), kelengkapan produk (X2) dan fasilitas (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Caffe Corner Kertosono.

4. Analisis Koefisien Determinan *(Adjusted R Square)*

Koefisien determinasi atau analisis R^2 (R Square) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh

variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square.* Hasil uji koefisien korelasi dan determinasi (R^2) dapat dilihat pada berikut ini :

Tabel 6
Koefisien Determinan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.1094[a]	.598	.480

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi, Kelengkapan Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 6 diperoleh nilai *Adjusted* R^2 sebesar 0,480. Dengan demikian menunjukkan bahwa lokasi, kelengkapan produk dan fasilitas dapat menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 48% dan sisanya yaitu 62% dijelaskan variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

5. Pembahasan

a. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2.072 < 2,028 dengan taraf signifikan yaitu 0,045 < 0,05 yang berarti Ho ditolak dan Ha di terima. Berdasarkan perhitungan diatas membuktikan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Caffee Corner Kertosono.

b. Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan uji kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan hasil statistik uji t memiliki nilai signifikansi 0,010 yang lebih kecil dari nilai 0,05. Nilai t_{hitung} 2.336 lebih besar daripada t_{tabel} yaitu 2.028. hal ini menunjukkan hipotesis kedua "kelengkapan produk berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan pelanggan" telah diterima. Dalam penelitian ini mempunyai makna bahwa pengaruh kelengkapan produk itu yang signifikansinya bernilai positif.

c. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan hasil statistik uji t yang memiliki nilai signifikansi yaitu 0,001 lebih kecil dari nilai 0,05. Nilai t_{hitung} 2.259 lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu 2.028. hal ini menunjukkan hipotesis ketiga "fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan" telah diterima.

d. Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk Dan Fisilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil dari uji t diperoleh nilai signifikan F sebesar 0,000 yang berarti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Nilai F-hitung yang diperoleh sebesar 5,113 lebih besar dari nilai F-tabel yaitu 2,87. Dari data tersebut dapat disimpulakn bahwa hipotesis keempat yang menyatakan lokasi, kelengkepan produk, dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan telah diterim. Dengan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,598 yang berarti bahwa 59,8% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yaitu lokasi, kelengkapan produk, dan fasilitas.

Dari ketiga variabel yaitu lokasi, kelengkapan produk, dan fasilitas dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah lokasi denagn niali beta sebesar 0,306. Jadi dapat disimpulkan bahwa Caffe Corner Kertosono lokasi lebih banyak mempengaruhi kepuasan pelanggan di bandingkan kelengkapan produk, dan fasilitas. Jadi caffee corner kertosono untuk lebih memperhatikan lokasi, apakah lokasi strategis atau

tidak dan mudah di jangkau atau tidak, agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada Caffee Corner Kertosono.

IV. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji t dan SPSS pembahasan hasil peneliian terdahulu yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal penting dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Caffee Corner Kertosono. Hal ini berarti jika lokasi maka diketahui oleh konsumen maka Caffee Corner Kertosono akan ramai dan penjualan akan meningkat.
2. Kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Caffee Corner Kertosono. Hal ini berarti jika kelengkapan produk diterapkan dengan baik maka konsumen akan tertarik dengan banyaknya varian produk yang di tawarkan oleh Caffee Corner Kertosono, sehingga profit akan meningkat.
3. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Caffee Corner Kertosono. Hal ini berarti jika fasilitas diterapkan maka konsumen akan merasa nyaman berada di Caffee Corner Kertosono, sehingga pendapatan akan meningkat.
4. Lokasi, Kelengkapan produk dan Fasilitas berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di Caffee Corner Kertosono.

V. DAFTAR PUSTAKA

Kotler & Keller. 2002, Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1 Jakarta : PT Index

——— 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Tiga Belas, Erlangga. PT Gelora Aksara Pratama .

Sugiono, 2012, Memahami Penelitian Kuantitatif, Bandung, ALP ABETA

——— 2015, Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif,Kualitattif dan R&D) Bandung Alfabeta.

Tjiptono, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi Tiga.

——— 2014, Pemasaran Jasa,Prinsip, Penerapan, dan Penelitian Yogyakarta CV. Andi Offsett