

# Analysis of The Influence of Price, Quality of Service, Facilities, and Location on Customer Satisfaction at Cafe Dapur Kampung, Marbau District

Apriyani Syahfitri, Zulkarnaen Nasution, & Fauziah Hanum

Faculty of Economic and Business, Labuhanbatu University, Rantauprapat, Indonesia

## Abstract

This study aims to determine the Effect Analysis of Price, Service Quality, Facilities, and Location on Consumer satisfaction at the café Dapur Kampung, Marbau district. Based on the results of the research conducted, there is a significant effect simultaneously between the independent variables (Price, Service Quality, Facilities, and Location) affecting the dependent variabel (customer satisfaction). This is evidenced by the obtained F count value of 25.199 which is greater than the F table value of 2.47. in addition, it is partially known that price (X1) has a positive and significant effect on consumer satisfaction (Y). this is evidenced by obtaining a t count value value that is greater than t table ( $2.693 > 1.983$ ) and a coefficient value of 0.284 and a positive sign. Service quality (X2) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y). this is evidenced by obtaining a t count value that is greater than t table ( $2.530 > 1.983$ ) and a coefficient value of 0.132 and a positive sign. Facilities (X3) have a positive and significant effect on customer satisfaction (Y). this is evidenced by the obtained t count value which is greater than t table ( $2.153 > 1.983$ ) and a coefficient value of 0.212 and a positive sign and location (X4) has a positive and significant effect on consumer satisfaction (Y). this is evidenced by obtaining a t count value that is greater than t table ( $3.530 > 1.983$ ) and a coefficient value of 0.327 and a positive sign.

*Keywords:* Price, Service Quality, Facilities, Location, Consumer satisfaction.

## 1. Introduction

Dalam era globalisasi saat ini perkembangan dunia bisnis berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis dibidang kuliner. Banyaknya bisnis atau usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis mengalami persaingan yang ketat. Untuk menghadapi situasi ini, perusahaan semakin dituntut untuk bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen serta dituntut agar dapat mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan pasar. Perusahaan dalam memenangkan persaingan pasar harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan para pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan para pelanggan, dengan demikian dapat memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing dipasar.

Menurut (Tjiptono, 2016), kepuasan berasal dari bahasa latin “statis” yang berarti cukup baik, memadai dan “Facio” yang berarti melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan diartikan sebagai pemenuhan sesuatu. Definisi lain kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara harapan dan kinerja atau jasa yang dirasakan. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima paling tidak harus sama dengan harapan pelanggan atau melebihi harapan pelanggan tersebut. Jika hasil gagal memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan menjadi puas. Jika hasil melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan merasa sangat puas.

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat dipenuhi dan akan membuat konsumen tersebut melakukan pembelian ulang dan menjadi loyal terhadap perusahaan. Semakin terpenuhinya harapan-harapan konsumen tentunya konsumen tersebut akan merasa puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam memasarkan produk-produknya, agar pelanggan dapat dipertahankan

\* Corresponding author.

E-mail address: apriyanisyahfitri1@gmail.com

keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Apabila konsumen merasa puas, maka konsumen tersebut bisa menjai loyal terhadap perusahaan.

Harga merupakan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga merupakan faktor yang terpenting dalam sebuah penjualan. Menurut (P. , & A. G. Kotler, 2018), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Definisi lain harga merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Buchari, 2012). Dapat disimpulkan bahwa harga adalah nilai yang harus dikeluarkan untuk dapat memiliki, menggunakan atau mengkonsumsi suatu barang atau jasa untuk mendapatkan kepuasan.

Hal yang harus diperhatikan untuk para pelanggan yaitu dari melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan untuk para pelanggan. Karena pelayanan yang baik adalah kunci utama untuk keberhasilan suatu usaha dalam persaingan bisnis sejenis semakin ketat saat ini. Oleh karena itu, sebuah perusahaan dituntut dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya. Definisi kualitas pelayanan menurut Kotler dalam (Tjiptono, 2019) adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu. Definisi lain kualitas pelayanan adalah besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan pelanggan dengan tingkat persepsi mereka. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh pelanggan kepada perusahaan untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan para pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan suatu strategi yang dapat memberikan keuntungan untuk menarik lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada serta menghindari berpindahya pelanggan.

Perusahaan yang bergerak dibidang kuliner juga harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut dalam melakukan kegiatannya. Karena dengan memilih lokasi yang strategis dan juga nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan. Lokasi merupakan kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran menurut (Kotler, 2018). Definisi lain lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha (Tjiptono, 2019). Dengan lokasi merupakan sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan atau usaha sehari-hari.

Selain harga dan kualitas pelayanan, faktor lain yang mendukung untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah fasilitas. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Memilih lokasi yang mudah dijangkau oleh para calon konsumen serta pelanggan tetap perusahaan tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Seseorang cenderung memilih rumah makan yang berlokasi dekat dengan aktivitasnya. Komponen yang menyangkut lokasi antara lain pemilihan lokasi yang strategis, didaerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan juga nyaman bagi pelanggan.

Kafe Dapur kampung Kec. Marbau merupakan perusahaan dibidang kuliner. Berbagai macam menu makanan dan minuman ditawarkan kepada pengunjung yang datang ke kafe dapur kampung tersebut. Harga yang ditawarkan juga sudah sesuai dengan daftar menu yang ditawarkan dan terjangkau oleh konsumen. Selain menu yang beragam kafe ini juga didukung dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan kafe tersebut, walau ada beberapa permasalahan yang terjadi diantara karyawan dengan pengunjung kafe seperti karyawan yang tidak memberikan senyuman kepada pelanggan dan kurang santun dalam melayani konsumen, yang terkadang membuat konsumen merasa kecewa. Selain itu fasilitas yang ditawarkan oleh pemilik restoran ini masih perlu adanya perhatian khusus dari pemilik kafe, misalnya suasana tempat duduk yang disesuaikan dengan minat konsumen jaman sekarang ini. Sedangkan lokasi Kafe Dapur kampung Kec. Marbau mudah dijangkau oleh konsumen.

Berdasarkan penelurusan penulis mengenai penelitian ini, penulis menemukan beberapa penelitian yang masih berkaitan namun memiliki perbedaan dengan penelitian ini. Penelitian yang dilakukan (Firdiyansyah, 2017) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan. Andi (2018) dalam penelitian yang berjudul pengaruh kualitas pelayan, harga dan fasilitas yang diberikan Kenari Waterpark Bontang terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan namun variabel harga tidak berpengaruh signifikan, secara simultan semua variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Chairudin (2019) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Wh't's up Cafe Manado. Menggunakan metode

analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas layanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan secara parsial harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau, apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau?, apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau?, apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau? Dan apakah harga, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau?

Sedangkan yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau, untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau, dan untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau serta untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau

## 2. Research Method

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode penelitian kausal yaitu penelitian yang melihat hubungan variabel terhadap objek yang sedang diteliti sehingga penelitiannya terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang di pengaruhi) (Yuliantini & Santoso, 2020). Menurut (Aruan & Fakhri, 2015) mengatakan bahwa metode kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada jumlah data yang dikumpulkan, yang sering disebut dengan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden atau objek yang ingin di teliti.

### 2.1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi merupakan wilayah generalisasi yang menentukan konsumen dalam penelitian yang nantinya digunakan oleh peneliti. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Kafe Dapur Kampung Kecamatan Marbau yang sampelnya tidak diketahui

### 2.2. Sampel

Teknik yang penulis gunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik non-probability sampling (tidak seluruh populasi diambil), kategori purposive, yang menggunakan rumus Wibisono dalam (Riduwan, 2016) :

Rumus Sampel Wibisono:

$$N = \left[ \frac{\left( \frac{Z_{\alpha/2} \cdot \sigma}{e} \right)^2}{\right]$$

$$N = \left[ \frac{(1,96 \cdot 0,25)}{5\%} \right]^2$$

$$N = 96,04 \text{ dibulatkan } 100$$

Keterangan:

N= Jumlah sampel

Z<sub>α/2</sub> = nilai dari tabel distribusi normal atas tingkat keyakinan 95%=1,96

σ = standar deviasi 25%

E = error (batas kesalahan = 5%)

Batas kesalahan atau margin of error dalam penelitian konsumen pada Kafe Dapur Kampung Kecamatan Marbau ini adalah 5%, sehingga tingkat akurasi sebesar 95%. Sampel yang diambil untuk mengisi kuesioner online sejumlah 100 responden.

### 2.3. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini, ada beberapa teknik yang digunakan seperti:

- 1) Evaluasi Model Pengukuran
  - a. Uji Validitas  
Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika indikator pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut (**Ghozali, 2018**). Item pertanyaan dinyatakan valid bila hasilnya  $> 0,361$  ( $r$  hitung  $> r$  tabel).
  - b. Uji Reliabilitas  
Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), reliabilitas adalah suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias dan karena itu menjamin konsistensi pengukuran di sepanjang waktu serta di berbagai poin pada instrumen tersebut.
- 2) Analisis Deskriptif  
Data-data yang digunakan untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan pertanyaan mengenai jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendidikan.
- 3) Skala Likert  
Skala likert digunakan untuk bertanya kepada responden, dengan skala ini responden ditanya untuk memberikan respon atas pertanyaan dan diminta untuk memberikan jawaban sesuai dengan skala pengukuran.
- 4) Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas Residual  
Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal.
  - b. Uji Multikolinieritas  
Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independent).
  - c. Uji Heteroskedastisitas  
Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.
- 5) Analisis Regresi Linier Berganda  
Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Uji analisis linear berganda akan digunakan dalam melihat pengaruh yang timbul dari indikator variabel independen terhadap variabel dependen dengan persamaan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan Konsumen
- X<sub>1</sub> = Harga
- X<sub>2</sub> = Kualitas Pelayanan
- X<sub>3</sub> = Fasilitas
- X<sub>4</sub> = Lokasi
- a = Konstanta
- b = Parameter yang dicari
- e = Tingkat Kesalahan

## 3. Results and Discussions

### 3.1. Hasil

#### 3.1.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (harga, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Hasil analisis regresi disajikan pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1, dengan melihat kolom Unstandardized Coefficients bagian B maka dapat diketahui persamaan koefisien regresi linier berganda yang diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 0,877 + 0,284 X_1 + 0,132 X_2 + 0,212 X_3 + 0,327 X_4 + e$$

**Tabel 1.** Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
<b>1</b> (Constant)	,877	2,419		,363	,718
Harga	,284	,105	,323	2,693	,008
Kualitas Pelayanan	,132	,052	,183	2,530	,013
Fasilitas	,212	,098	,265	2,153	,034
Lokasi	,327	,093	,272	3,530	,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Persamaan regresi berganda tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar 0,877 memberi arti bahwa apabila harga (X<sub>1</sub>), kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>), fasilitas (X<sub>3</sub>) dan lokasi (X<sub>4</sub>) sama-sama tetap pada nilai nol, maka kepuasan konsumen (Y) yang dihasilkan bernilai 0,877.
- Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,284 Artinya apabila harga meningkat satu satuan dan variabel lainnya dianggap konstan, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,284.
- Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,132. Artinya apabila kualitas pelayanan naik satu satuan dan variabel lainnya dianggap konstan, maka kepuasan konsumen juga akan naik sebesar 0,132.
- Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,212. Artinya apabila fasilitas naik satu satuan dan variabel lainnya dianggap konstan, maka kepuasan konsumen juga akan naik sebesar 0,212.
- Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,327. Artinya apabila lokasi naik satu satuan dan variabel lainnya dianggap konstan, maka kepuasan konsumen juga akan naik sebesar 0,327.

### 3.1.2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui sejauhmana pengaruh harga (X<sub>1</sub>), kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>), fasilitas (X<sub>3</sub>) dan lokasi (X<sub>4</sub>) secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y). uji t dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  yang digunakan adalah nilai t pada derajat kebebasan df (101) pada  $\alpha = 0,05$  yaitu 1,983

Kriteria pengambilan keputusan adalah:

- H<sub>0</sub> diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$
- H<sub>a</sub> diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$

**Tabel 2.** Hasil Uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error		
<b>1</b> (Constant)	,877	2,419	,363	,718
Harga	,284	,105	2,693	,008
Kualitas Pelayanan	,132	,052	2,530	,013
Fasilitas	,212	,098	2,153	,034
Lokasi	,327	,093	3,530	,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan tabel 2, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Variabel harga (X<sub>1</sub>), nilai  $t_{hitung}$  diperoleh 2,693 dengan taraf signifikan 0,008. Dengan demikian nilai  $t_{hitung}$  (2,693) >  $t_{tabel}$  (1,983) dengan taraf signifikan 0,008 < 0,05. Artinya bahwa secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- b) Variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), nilai  $t_{hitung}$  diperoleh 2,530 dengan taraf signifikan 0,013. Dengan demikian nilai  $t_{hitung}$  ( $2,530 > t_{tabel}$  (1,983) dengan taraf signifikan  $0,013 < 0,05$ . Artinya bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- c) Variabel fasilitas ( $X_3$ ), nilai  $t_{hitung}$  diperoleh 2,153 dengan taraf signifikan 0,034. Dengan demikian nilai  $t_{hitung}$  ( $2,153 > t_{tabel}$  (1,983) dengan taraf signifikan  $0,034 < 0,05$ . Artinya bahwa secara parsial fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- d) Variabel lokasi ( $X_4$ ), nilai  $t_{hitung}$  diperoleh 3,530 dengan taraf signifikan 0,001. Dengan demikian nilai  $t_{hitung}$  ( $3,530 > t_{tabel}$  (1,983) dengan taraf signifikan  $0,001 < 0,05$ . Artinya bahwa secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

### 3.1.3. Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 3.** Uji Hipotesis F

Model	ANOVA <sup>a</sup>					Sig.
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	
1	Regression	175,076	4	43,769	25,119	,000 <sup>b</sup>
	Residual	167,280	96	1,743		
	Total	342,356	100			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan table 3, diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah 25,119 dengan taraf signifikan adalah 0,000. Dengan demikian, nilai  $F_{hitung}$  ( $25,119 > F_{tabel}$  (2,47) dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . Artinya bahwa harga, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### 3.1.4. Koefisien Determinan

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan persentasi. Hasil koefisien determinasi sebagai berikut.

**Tabel 4.** Koefisien Determinan

Model	Model Summary <sup>b</sup>	
	R	R Square
1	,715 <sup>a</sup>	,511

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pada table 4 Dapat dilihat nilai-nilai  $R$  sebesar 0,715 berarti hubungan antara variabel bebas (harga, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) adalah sebesar 71,5%. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,511 berarti bahwa variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh harga, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi sebesar 51,1%, sedangkan sisanya sebesar 48,9% dijelaskan faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## 3.2. Pembahasan

### H1 - Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau

Berdasarkan analisis regresi hasil penelitian ini mendukung bahwa harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ), dimana nilai koefisien regresi yang bernilai positif 0,284 dan nilai  $t_{hitung}$  ( $2,693 > t_{tabel}$  (1,983) dengan taraf signifikan  $0,008 < 0,05$ . Artinya bahwa secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau. Dengan demikian hipotesis dapat diterima.

### H2 - Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau

Berdasarkan analisis regresi hasil penelitian ini mendukung bahwa kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ), dimana nilai koefisien regresi yang bernilai positif 0,132 dan nilai  $t_{hitung}$  ( $2,530 > t_{tabel}$  (1,983) dengan taraf signifikan  $0,013 < 0,05$ . Artinya bahwa secara parsial kualitas pelayanan

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau. Dengan demikian hipotesis dapat diterima

### *H3 - Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau*

Berdasarkan analisis regresi hasil penelitian ini mendukung bahwa fasilitas ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ), dimana nilai koefisien regresi yang bernilai positif 0,212 dan nilai  $t_{hitung}$  (2,153) >  $t_{tabel}$  (1,983) dengan taraf signifikan 0,034 < 0,05. Artinya bahwa secara parsial fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau. Dengan demikian hipotesis dapat diterima.

### *H4 - Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau*

Berdasarkan analisis regresi hasil penelitian ini mendukung bahwa lokasi ( $X_4$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ), dimana nilai koefisien regresi yang bernilai positif 0,327 dan nilai  $t_{hitung}$  (3,530) >  $t_{tabel}$  (1,983) dengan taraf signifikan 0,001 < 0,05. Artinya bahwa secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau. Dengan demikian hipotesis dapat diterima.

### *H5 - Pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau*

Berdasarkan analisis regresi hasil penelitian mendukung bahwa harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), fasilitas ( $X_3$ ) dan lokasi ( $X_4$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ), dimana nilai  $F_{hitung}$  adalah 25,119 dengan taraf signifikan adalah 0,000. Dengan demikian, nilai  $F_{hitung}$  (25,119) >  $F_{tabel}$  (2,47) dengan taraf signifikan 0,000 < 0,05. Artinya bahwa harga, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kafe Dapur kampung Kec. Marbau. Dengan demikian hipotesis dapat diterima.

## **4. Conclusion**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

- a) Variabel harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,284 Artinya apabila harga meningkat satu satuan dan variabel lainnya dianggap konstan, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,284
- b) Variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,132 Artinya apabila kualitas pelayanan meningkat satu satuan dan variabel lainnya dianggap konstan, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,132.
- c) Variabel fasilitas ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,212 Artinya apabila fasilitas meningkat satu satuan dan variabel lainnya dianggap konstan, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,212.
- d) Variabel lokasi ( $X_4$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,327 Artinya apabila lokasi meningkat satu satuan dan variabel lainnya dianggap konstan, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,327
- e) Variabel harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), fasilitas ( $X_3$ ) dan lokasi ( $X_4$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  (25,119 > 2,47).

## **References**

- Agus Rahman Alamsyah. (2019). Determinan Keuangan Nilai Perusahaan. *Seminar Nasional Hasil Riset*.
- Ahmad, L. dan M. (2018). *Sistem Informasi Manajemen, Lembaga Komunitas Informasi Teknologi Aceh (KITA)*.
- Arif, D., Febrianto, M. E., & Gatot, M. (2021). Pengaruh desain produk, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sepatu specs. *Ecopreneur*.12, 4(1), 53–68.
- Aruan, Q. S., & Fakhri, M. (2015). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Lapangan Departemen Grasberg Power Distribution Pt. Freeport Indonesia. *Modus*, 27(2), 141–162.

- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2). <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.681>
- Buchari, A. (2012). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta.
- Budi Haryoko, U., Septiani, F., & Risnalinda. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks Coffe Plaza Kampung Kemang. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 3, Issue 2).
- Fauzi Anhar Samosir. (2018). *Pengaruh Fasilitas Kerja dan Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus: Indomaret Cabang Laut Dendang)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Firdiyansyah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektornik REKAMAN (Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo*, 1(1), 1–9.
- Kotler, K. (2016). *Marketing management*. Pearson Education.
- Kotler, P. , & A. G. (2018). *Principle of Marketing*. Pearson.
- Masrurroh, S. (2021). Pengaruh persepsi harga, kualitas layanan, keragaman produk, dan pengalaman terhadap loyalitas pelanggan dibengkel bandara motor brangkal mojokerto. *Ilmu Manajemen*, 1(1), 43–54.
- Moenir. (2016). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara.
- PRATIWI, K. A., Suartina, I. W., Kusyana, dewa nyoman benni, & Dewi, ida ayu made sasmita. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PADA RATU HOTEL ( EX . QUEEN HOTEL ) DENPASAR DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI INTERVENING. *Bisma Jurnal Manajemen*, 6(1), 17–30.
- Riduwan. (2012). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Alfabeta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business A Skill-Building Approach* (Seventh Ed).
- Setyawati, N. W. (2019). Kajian Pengembangan Kewirausahaan pada Kawasan Transmigrasi. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 8(2), 131. <https://doi.org/10.30588/jmp.v8i2.413>
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.6465>
- Simatauw, D., Parera, W. B., & Tuhumury, M. T. F. (2017). PENGARUH KUALITAS DAN HARGA PRODUK OLAHAN SAGU TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN : STUDI KASUS DI PUSAT OLEH-OLEH “ G ” DAN “ P 10 ” KOTA AMBON THE INFLUENCE OF QUALITY AND PRICE OF SAGO PROCESSED PRODUCTS ON CONSUMERS LOYALTY : *Agribisnis Kepulauan*, 5(3), 1–15.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. CV Alfabeta.
- Syahsudarmi, S. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkalis di Pekanbaru. *Economac*, 4(1), 1–15.
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (Edisi 1). Andy.
- Tjiptono, F. & D. A. (2016). *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi* (Vol. 2016). CV. Andi Offset.
- Trisusanti, Y. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru). *Jom Fisip*, 4(2), 1–16.
- Wahyuningsih dan Heti Herawati, D. (2019). *Peranan Analisis Biaya Kualitas Dalam Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi*.
- Yuliantini, T., & Santoso, R. (2020). Pengaruh lingkungan kerja, motivasi kerja, dan disiplin kerja terhadap kepuasan kerja Karyawan Pt Travelmart Jakarta Pusat. *Jurnal Manajemen Oikonomia*, 16(1), 1–13.