



Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi di Kabupaten Alor

Mesak Yamres Awang¹, Theresia Lounggina Luisa Peny², Elia Maruli³, Ferdinand Romelus Anigomang⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi, Universitas Tribuana Kalabahi, Alor, NTT

Abstract

Received: 12 Oktober 2022

Revised: 24 November 2022

Accepted: 12 Desember 2022

Consumer satisfaction is a person's feeling of pleasure or disappointment that arises from comparing the perceived performance of a product or result against their expectations, if the performance matches their expectations, the customer will be satisfied and will be a customer for a long time. This study aims to determine the effect of service quality, price, and location on customer satisfaction. This research was conducted at the Wong Jowo Kalabahi Restaurant, Alor Regency with a sample of 36 people. Collecting data using a questionnaire technique, interview observation, and literature study. Methods of data analysis use validity tests, reliability tests, and multiple linear regression analysis while hypothesis testing is carried out using the t-test and F-test. The results showed that partial service quality has a significant effect on customer satisfaction as indicated by the t-test significance value of 0.006. Partially, the price has a significant effect on consumer satisfaction as indicated by the t-test significance value of 0.023. Partially, location has a significant effect on consumer satisfaction as indicated by a significance value of the t-test of 0.002, and simultaneously service quality, price, and location have a significant effect on customer satisfaction as indicated by a significance value of the F test of 0.000

Keywords: Service Quality, Price, Location, Customer Satisfaction

(*) Corresponding Author: mesak.awang@gmail.com

How to Cite: Awang, M., Peny, T. L., Maruli, E., & Anigomang, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi di Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 767-778. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7639108>

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasaran.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan



kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Pemasaran adalah jiwa didalam sebuah bisnis atau usaha. Definisi secara singkat dari pemasaran merupakan berbagai tindakan yang dilakukan perusahaan untuk menarik para konsumen ataupun client. Pemasaran tidak terbatas hanya pada promosi saja. Karena hal ini juga mencakup penjualan dan memberikan pengertian lebih dalam terkait produk ataupun jasa yang dimiliki perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller, (2007) dalam Pratama, (2020) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjual makanannya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Menurut Kotler, (2000) dalam Januar, (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberidilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan. Kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategy untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada pelanggan.

Menurut Guntur, (2010) dalam Bakti et al., (2020) menyatakan bahwa Harga ialah sejumlah uang yang telah ditetapkan atas tagihan suatu barang atau jasa di sebuah tempat penjualan. Selain itu, harga juga dapat diartikan sebagai nilai yang akan ditukarkan oleh para pelanggan untuk mendapatkan hak kepemilikan atau merasakan keuntungan dan manfaat atas jasa yang diberikan penjual. Harga adalah salah satu unsur pemasaran yang sangat penting dan bisa meningkatkan traffic perusahaan yang bergerak di bidang jasa maupun produk itu sendiri. Dengan adanya harga, seseorang bisa memiliki produk yang ia beli, begitu pula dengan penjual, ia akan mendapatkan keuntungan berupa hasil penjualan yang ia dapatkan.

Pengertian Lokasi menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah letak atau tempat, sedangkan pengertian lokasi menurut para ahli yaitu Menurut Swasta, (2002) dalam Susanti et al., (2021) menyatakan bahwa Tempat di mana suatu usaha di lakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha letak lokasi terhadap daerah perkotaan. Cara pencapaian dan waktu tempat lokasi ke tujuan faktor lokasi yang baik adalah relative untuk setiap tempat usaha yang berbeda.

Wiji Prasetya berasal dari Jawa Tengah atau yang biasa disebut Mas Wiji ini mendirikan rumah makannya sejak tahun 2001, Rumah Makan ini merupakan salah satu Rumah Makan yang berada di Jl Kampung Raja. Rumah Makan ini

menjual berbagai jenis makanan. Harga yang di tawarkan oleh Rumah Makan Wong Jowo ini juga terjangkau oleh konsumen dan bervariasi. Menu makan ini juga beragam, khususnya yaitu ikan bakar yang menjadi menu andalan mereka. Terdapat beberapa pilihan rumah makan yang ada di sekitar Rumah Makan Wong Jowo, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan rumah makan tersebut.

Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas pelayanan, harga maupun lokasi, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas pelayanan, harga serta lokasi yang ada di rumah makan Wong Jowo. Kualitas pelayanan yang ada di Rumah Makan Wong Jowo berupa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Dimensi kualitas layanan ini menjadi hal penting yang selalu diperhatikan pemilik rumah makan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Sesuai dengan survei awal peneliti menemukan beberapa konsumen yang berpendapat bahwa kualitas pelayanan di Rumah Makan Wong Jowo kurang memuaskan karena pelayanan karyawan selalu lambat karena banyak pengunjung, sehingga ada konsumen yang menunggu pesanan terlalu lama. Tetapi ada konsumen yang mengatakan bahwa pelayanan yang mereka terima di Rumah makan Wong Jowo sangat memuaskan, dimana pelayanannya ramah, produk makanan dan minuman berkualitas dan bersih sehingga ada kepuasan tersendiri yang dirasakan konsumen.

Meningkatnya kepuasan konsumen tidak hanya disebabkan oleh kualitas pelayanan yang baik, tapi harga dan lokasi juga merupakan faktor penting untuk peningkatan kepuasan konsumen di rumah makan Wong jowo. Harga juga merupakan salah satu faktor penting yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi Rumah Makan Wong Jowo.

Harga yang ada di Rumah Makan Wong Jowo adalah harga yang kompetitif artinya bahwa harga produk menu makanan dan minuman yang ada di Rumah Makan Wong Jowo dapat dijangkau konsumen dan mampu bersaing dengan rumah makan yang lain. Konsumen akan merasa puas ketika menemukan daftar harga yang rendah dan dapat dijangkau oleh konsumen. Namun peneliti menemui bahwa ada konsumen yang mengatakan mereka tidak puas dengan harga yang ada di rumah makan Wong Jowo. Berdasarkan latar belakang ini, maka akan dilakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi di Kabupaten Alor.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi dan sampel penelitian adalah semua konsumen yang datang dan menikmati makanan dan minuman yang ada di Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik incidental sampling, artinya pengunjung yang datang dan menikmati makanan dan minuman yang ada di Rumah Makan Wong Jowo Kalabahidalam kurun waktu dimasa penelitian yang dianggap cocok akan dijadikan

sampel. Penelitian ini dilakukan sepanjang bulan Mei dan mendapatkan responden sebanyak 36 orang konsumen.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi langsung, wawancara tidak berstruktur, kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik analisis data menggunakan 2 tahapan analisis yaitu analisis pendahuluan dan analisis lanjutan. Analisis pendahuluan terdiri atas analisis deskriptif jawaban responden, analisis uji kuesioner, dan analisis uji asumsi klasik. Analisis lanjutan terdiri atas analisis regresi linear berganda dan analisis uji t dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kuesioner penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono, (2019) bahwa tujuan pengujian validitas adalah proses pengujian butir-butir pertanyaan yang ada dalam sebuah angket, apakah isi dan butir-butir pertanyaan tersebut sudah valid. Jika anatara tiap butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut di nyatakan tidak valid. Dengan demikian butirpertanyaan dan pernyataan yang valid adalah nilai $(r) \geq 0,3$.

a. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan(X_1) terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Uji Validitas Kualitas pelayanan

Item Soal	Nilai Korelasi	Batas Validitas	Keputusan Validitas
P1	0,715	0,3	Valid
P2	0,787	0,3	Valid
P3	0,699	0,3	Valid
P4	0,719	0,3	Valid
P5	0,752	0,3	Valid
P6	0,662	0,3	Valid
P7	0,715	0,3	Valid
P8	0,510	0,3	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian,2021

Berdasarkan hasil uji validitas varaibel kualitas pelayanan seperti terlihat dalam tabel di atas di ketahui nilsi r_{hitung} untuk semua item pernyataan lebih besar dari 0,3 dengan demikian, maka seluruh item pernyataan pada kuesioner mampu menngungkapkapkan sesuatu yang akan di ukur di variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Maka Wong Jowo Kalabahi Kabupaten Alor

b. Hasil Uji Validitas Variabel Harga(X_2)

Hasil uji validitas variabel Harga (X_2) terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Validitas Variabel Harga(X_2)

Item Soal	Nilai Korelasi	Batas Validitas	Keputusan Validitas
P1	0,500	0,3	Valid
P2	0,602	0,3	Valid
P3	0,774	0,3	Valid
P4	0,788	0,3	Valid

P5	0,760	0,3	Valid
P6	0,728	0,3	Valid
P7	0,507	0,3	Valid
P8	0,346	0,3	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil uji validitas variabel harga seperti terlihat dalam tabel di atas diketahui nilai r_{hitung} untuk semua item pernyataan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian, maka seluruh item pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh variabel harga bagi kepuasan konsumen pada Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi Kabupaten Alor.

c. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X_3)

Hasil uji validitas variabel Lokasi (X_3) terlihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3. Validitas Variabel Lokasi (X_3)

Item Soal	Nilai Korelasi	Batas Validitas	Keputusan Validitas
P1	0,435	0,3	Valid
P2	0,617	0,3	Valid
P3	0,585	0,3	Valid
P4	0,699	0,3	Valid
P5	0,784	0,3	Valid
P6	0,816	0,3	Valid
P7	0,807	0,3	Valid
P8	0,732	0,3	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil uji validitas variabel lokasi seperti terlihat dalam tabel 4.10 di atas di ketahui nilai r_{hitung} untuk semua item pernyataan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian, maka seluruh item pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh variabel lokasi bagi keputusan konsumen pada Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi Kabupaten Alor.

d. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen(Y)

Hasil uji validitas variabel lokasi (Y) terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Item Soal	Nilai Korelasi	Batas Validitas	Keputusan Validitas
P1	0,554	0,3	Valid
P2	0,442	0,3	Valid
P3	0,527	0,3	Valid
P4	0,501	0,3	Valid
P5	0,671	0,3	Valid
P6	0,632	0,3	Valid
P7	0,531	0,3	Valid
P8	0,386	0,3	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil uji validitas variabel lokasi seperti terlihat dalam tabel di atas diketahui nilai r_{hitung} untuk semua item pernyataan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian, maka seluruh item pernyataan pada kuesioner

mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh variabel lokasi tempat bagi kepuasan konsumen pada Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi Kabupaten Alor.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* Sugiyono, (2019). Jika koefisien *cronbach alpha* $\geq 0,6$ maka dapat dikatakan instrumen tersebut reliabel. Sebaliknya Jika koefisien *cronbach alpha* $< 0,6$ maka dapat dikatakan instrumen tersebut tidak reliabel .

Tabel 5. Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Syarat	Keterangan
kualitas pelayanan	0,841	0,6	Reliabel
Harga	0,769	0,6	Reliabel
Lokasi	0,845	0,6	Reliabel
kepuasan Konsumen	0,627	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih besar dari 0.6, maka dengan demikian hasil yang didapat dalam perhitungan ini semua variabel memiliki nilai reliabel karena memiliki nilai di atas dari *Cronbach alpha*.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan alat bantu hitung *spss*. Hasil uji Normalitas dengan menggunakan metode kolmogorov smirnof dapat di lihat pada tabel berikut ini.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.49748019
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.101
	Negative	-.067
Test Statistic		.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Hasil Output SPSS, 2021

Data pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini memiliki signifikan $0,200 > 0,05$. Maka data penelitian ini dinyatakan berdistribusi secara normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji *heterokedastisitas* bertujuan untuk melihat sama atau tidaknya variasi residual dari satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Bila variasi tidak *residual* tidak sama dari satu pengamatan yang lain, maka dapat dikatakan penelitian terjadi *heterokedastisitas*. Data yang baik tidak mengalami *heterokedastisitas*. Penelitian untuk menguji *heterokedastisitas* tersebut dengan melihat nilai signifikan pada uji *Glejser*. Bila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 pada setiap variabel independen, maka dapat dikatakan data ini tidak terjadi gejala *heterokedastisitas*.

Tabel 7. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	T	S ig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.770	2.608		.295	.770
	.001	.045	.005	.029	.977
	.035	.055	.115	.651	.520
	-.024	.043	-.101	-.570	.572

Sumber: Hasil Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel di atas maka hasil uji *heterokedastisitas* menggunakan metode *glejser* diketahui bahwa nilai signifikan pada variabel kualitas pelayanan ($0,977 \geq 0,05$), diketahui bahwa nilai signifikan pada variabel harga ($0,520 \geq 0,05$) dan nilai signifikan pada variabel lokasi adalah ($0,572 \geq 0,05$) yang artinya data pada penelitian ini tidak terjadi masalah *heteroskedastisitas*

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat *interkorelasi* antara variabel bebas yang digunakan dalam metode penelitian. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas atau tidak digunakan metode Tolerance dan VIF. Apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dapat dikatakan bahwa variabel independen dapat di percaya dan obyektif (Ghozali,2011).

Tabel 8. Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)	6.492	.255		.298	.000		
kualitas pelayanan	.259	.086	.393	.009	.005	.997	.003
Harga	-.260	.103	-.331	-2.520	.017	.985	.016
lokasi	.276	.080	.452	.436	.002	.982	.018

Sumber: Hasil Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pada penelitian dfini tidak terjadi gejala *multikolinearitas* karena nilai *tolerance* $\geq 0,1$ dan nilai VIF ≤ 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas pada data penelitian ini.

4. Uji Linieritas

Linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas *memiliki* hubungan linear atau tidak secara signifikan. Hasil uji linearitas menggunakan metode *Uji Deviation from Linearity*, berikut ini:

Tabel 9. Hasil Uji Linearity Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Output SPSS, 2021

		Sum of Squares	df	Mean Square		Sig.
KK * KP	Between Groups	(Combined) 54.965		6.107	.818	.113
		Linearity 25.246		.252	.515	.011
		Deviation from Linearity 29.719		.307	.106	.391
Within Groups		87.341	6	3.035		
Total		142.306	5			

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel di atas menjelaskan bahwa nilai sig deviation from linearity kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen adalah (0,391 > 0,05) artinya variabel kepuasan konsumen (Y) dan kualitas pelayanan (X₁) terdapat hubungan yang linear.

Tabel 10. Hasil uji Linearityvariabel Harga

			Sum of Squares	f	Mean Square		Sig.
KK * HRGA	Between Groups	(Combined)	46.339	0	4.634		333
		Linearity	9.444		9.444	.207	129
		Deviation from Linearity	36.895		4.099	.460	419
	Within Groups		95.967	5	3.839		
	Total		142.306	5			

Sumber: Hasil Output SPSS, 2021

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel ini menjelaskan bahwa nilai sig *deviation from linearity* harga dan kepuasan konsumen adalah (0,419 > 0,05) artinya variabel kepuasan konsumen (Y) dan harga (X₂) terdapat hubungan yang linear.

Tabel 11. Hasil Uji LinearityvariabelLokasi

			Sum of Squares	f	Mean Square	F	Sig.
KK * LOKAS I	Between Groups	(Combined)	52.606	1	4.782	1.280	294
		Linearity	27.965		27.965	7.482	012
		Deviation from Linearity	24.640	0	2.464	659	750
	Within Groups		89.700	4	3.737		
	Total		142.306	5			

Sumber: Hasil Output SPSS, 2021

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel ini menjelaskan bahwa nilai sig *deviation from linearity* Lokasi dan Kepuasan Konsumen adalah (0,750>0,05) artinya variabel Kepuasan Konsumen (Y) dan Lokasi (X₂) terdapat hubungan yang linear.

Analisis Lanjutan

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas yaitu variabel Variasi kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi Kabupaten Alor. Hasil analisis regresi linier adalah sebagai berikut :

Tabel 12. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	26.140	4.948		5.283	.000
KP	.251	.086	.386	2.934	.006
HRGA	-.248	.103	-.317	-2.393	.023

	LOKASI	.282	.081	.460	3.465	.002
--	--------	------	------	------	-------	------

Sumber: Hasil Output SPSS, 2021

Berdasarkan data dalam tabel di atas, dapat dibentuk suatu persamaan regresi:
 $Y = 26,140 + 0,251X_1 - 0,248X_2 + 0,282X_3 + e$

Persamaan regresi linier berganda diatas memiliki makna sebagai berikut :
 Nilai konstanta sebesar 26,140 mengandung arti bahwa jika semua variabelbebas yang digunakan dalam penelitian ini yakni kualitas pelayanan, hargadan lokasi bernilai konstan atau nol (0), maka nilai variabel terikat akansebesar 26,140. Nilai koifisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 25,1% mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar satu satuan, maka akan mengakibatkan variabel kepuasan konsumen pada Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi Kabupaten Alor akan meningkat sebesar 25,1% dengan ketentuan variabel lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstan. Nilai koifisien regresi variabel harga sebesar -24,8% mengandung arti bahwasetiap kenaikan variabel harga sebesar satu satuan akan mengakibatkanvariabel kepuasan konsumen pada Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi kabupaten Alor akan menurun sebesar -24,8% dengan ketentuan variabel lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstan. Nilai koifisien regresi variabel lokasi sebesar 28,2% mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel lokasi sebesar satu satuan akan mengakibatkanvariabel kepuasan konsumen pada Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi kabupaten Alor akan bertambah sebesar 28,2% dengan ketentuan variabel lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstan.

Pengujian hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individu. Hasil uji masing-masing hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 13. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	26.140	4.948		5.283	.000
KP	.251	.086	.386	2.934	.006
HRGA	-.248	.103	-.317	-2.393	.023
LOKASI	.282	.081	.460	3.465	.002

Sumber: Hasil Output SPSS, 2021

Berdasarkan pengujian uji t pada tabel di atas, dijelaskan bahwa:

a. Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)

Pengujian ini dimaksud untuk menguji pengaruh variabel Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi Kabupaten Alor. Dengan tingkat signifikan alfa (α) yaitu sebesar 5% atau 0,05. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas

pelayanan memiliki nilai signifikan sebesar 0,006 atau 0,6% dimana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa yaitu 0,05 atau 5%. Dengan demikian, maka hasil penelitian ini menyatakan ada pengaruh signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga pengambilan keputusan X1 adalah menerima H_a dan menolak H_0 . Dengan demikian maka hipotesis 1 menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi Kabupaten Alor.

b. Pengujian Hipotesis Kedua (H_2)

Pengujian ini dimaksud untuk menguji pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi Kabupaten Alor. Dengan tingkat signifikan alfa (α) 5% atau 0,05%. Berdasarkan tabel ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel harga adalah 0,023 atau 2,3% di mana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa yaitu 0,05 atau 5%. Dengan demikian, maka hasil penelitian ini menyatakan ada pengaruh signifikan dari variabel harga terhadap kepuasan konsumen. Sehingga pengambilan keputusan X2 adalah menerima H_a dan menolak H_0 . Dengan demikian maka hipotesis 2 menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi Kabupaten Alor.

c. Pengujian Hipotesis ketiga (H_3)

Pengujian ini dimaksud untuk menguji pengaruh variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi Kabupaten Alor. Dengan tingkat signifikan alfa (α) 5% atau 0,05%. Berdasarkan tabel ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel harga adalah 0,002 atau 0,2% di mana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa yaitu 0,05 atau 5%. Dengan demikian, maka hasil penelitian ini menyatakan ada pengaruh signifikan dari variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen. Sehingga pengambilan keputusan X3 adalah menerima H_a dan menolak H_0 . Dengan demikian maka hipotesis 3 menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi Kabupaten Alor.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen secara bersama terhadap Variabel dependen. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 14. Hasil Uji Regresi (Uji F)

Model	Sum of Squares	f	Mean Square	F	Sig.
Regression	63.820		21.273	8.674	.000 ^b
Residual	78.486	2	2.453		
Total	142.306	5			

Sumber: Hasil Output SPSS, 2021

Berdasarkan hasil analisis data seperti terlihat pada tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,000, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa ($0,000^b < 0,05$). Dengan demikian maka hasil penelitian ini menerima H_a , yang

menyatakan bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi Kabupaten Alor.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka kesimpulan penelitian ini adalah :

1. Ada pengaruh Variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil analisis data dengan nilai signifikan uji t sebesar 0,006 lebih kecil dari nilai alfa 0,05 ($0,006 < 0,05$).
2. Ada pengaruh Variabel harga (X2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Hal ini dapat di buktikan dengan hasil analisis data dengan nilai signifikan uji t sebesar 0,002 lebih kecil dari nilai alfa 0,05 ($0,002 < 0,05$).
3. Ada pengaruh Variabel lokasi (X3) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil analisis data dengan nilai signifikan uji t sebesar 0,023 lebih kecil dari nilai alfa 0,05 ($0,023 < 0,05$).
4. Ada pengaruh Variabel kualitas pelayanan(X1), variabel harga (X2) dan variabel lokasi (X3) secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil analisis data dengan nilai signifikan uji F sebesar $0,000^b$, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa 0,005 ($0,000^b \leq 0,05$). Dengan demikian maka hasil penelitian ini menerima H_a , yang menyatakan bahwa secara bersama-sama ada pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi Kabupaten Alor.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101–118. <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- Januar, I. A. (2022). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Konsumen Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Jember. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/8048>
- Pratama, A. F. N. (2020). Produk, Harga, Pelayanan, Dan Tempat Sebagai Faktor Penentu Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di Bin's Café Dan Resto Tegal. In *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Pancasakti Tegal*. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. CV. Alfabeta: Bandung.
- Susanti, N. K. D., Susanti, P. H., & Suputra, G. A. (2021). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Blahkiuh Di Kabupaten Badung. *Widya Amrita*, 1(1), 144–163. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1162>