



## Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor

Nelson Pally

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tribuana Kalabahi

---

### Abstract

Received: 16 September 2023

Revised : 24 September 2023

Accepted: 02 Oktober 2023

*Kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah rasa puas yang dirasakan oleh konsumen atas pelayanan yang ada di rumah makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 orang. Teknik Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, interview, kuesioner dan studi pustaka. Analisis data menggunakan uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas; uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji lineratis. Sedangkan pengujian hipotesis menggunakan analisis linier berganda, dengan uji t dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yang ditunjukkan dengan nilai signifikan uji t sebesar 0,006, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa yaitu 0,05 ( $0,006 < 0,05$ ). Secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yang ditunjukkan dengan nilai signifikan uji t sebesar 0,033, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa yaitu 0,05 ( $0,033 < 0,05$ ) dan Secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yang ditunjukkan dengan nilai signifikan uji t sebesar 0,022, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa yaitu 0,05 ( $0,022 < 0,05$ ). Secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 atau 0,0%, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa yaitu 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).*

**Keywords:** *Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Kepuasan Konsumen.*

(\*) Corresponding Author: [naufalrachman316@gmail.com](mailto:naufalrachman316@gmail.com)

**How to Cite:** Pally N. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8429948>

---

### PENDAHULUAN

Di jaman moderen saat ini usaha bisnis telah berkembang dengan sangat pesat, termasuk di bidang kuliner. Jika perusahaan baru terbentuk, maka jumlah perusahaan sejenis akan bertambah dan persaingan juga akan semakin ketat. Untuk menghadapi situasi dan keadaan tersebut, maka sebagai pengusaha harus mampu mengambil keputusan yang cepat dan baik agar bisnis yang di jalankan dapat berhasil.

Dengan demikian, sebagai pelaku ekonomi harus mampu melindungi pasar dan memenangkan persaingan. Agar tetap kompetitif, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, memberikan informasi adalah kunci untuk mengembangkan

strategi pemasaran untuk memuaskan pelanggan dan bersaing di pasar. Memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, melindungi kepentingan konsumen dan memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan faktor kunci keberhasilan suatu bisnis dalam lingkungan yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, untuk menciptakan nilai tambah dan mengesankan konsumen, perusahaan perlu meyakinkan mereka melalui kinerja yang sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan berdampak pada kepuasan konsumen.

Menurut Tjiptono dalam Tombeng et al., (2019) bahwa kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Sedangkan Menurut Daryanto dan Setyobudi dalam Keloay et al., (2019) bahwa kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

Terlepas dari kepuasan konsumen, kualitas pelayanan juga dapat menjadi salah satu faktor utama dalam keberhasilan suatu bisnis. Kualitas pelayanan adalah inisiatif untuk meningkatkan kenyamanan konsumen dan memastikan bahwa konsumen merasa dihargai melebihi harapan mereka. Ekspektasi konsumen merupakan faktor penting dalam memilih restoran. Kualitas layanan yang lebih dekat dengan kepuasan konsumen menciptakan lebih banyak harapan dan sebaliknya. Kepuasan konsumen secara tidak langsung dicapai melalui kualitas pelayanan yang diberikan.

Menurut Kotler dalam Tombeng et al., (2019) bahwa kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersiapkan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia.

Selain kualitas pelayanan, harga juga harga juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga merupakan salah faktor penting dalam penjualan. Banyak usaha yang bangkrut karena menentukan harga tidak cocok. Oleh karena itu harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut.

Menurut Kotler dan Keller dalam Keloay et al., (2019) bahwa harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Sedangkan Menurut Tjiptono dalam Maruli et al., (2022) bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Selain dari sisi kualitas pelayanan dan harga, usaha yang bergerak dibidang kuliner harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat usahanya, karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan usaha tersebut. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Tombeng et al., (2019) bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau

dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana dengan cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dimana lokasi yang strategis. Sedangkan Menurut Kotler dan Armstrong dalam Pratiwi, (2020) bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana dengan cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dimana lokasi yang strategis.

Rumah makan Jawa Indah merupakan salah satu dari sekian banyaknya rumah makan yang ada di Kalabahi, Rumah makan Jawa Indah berdiri sejak tanggal 12 Maret 2005. Pada awalnya Rumah Makan Jawa Indah terletak di Jl. Jend. Sudirman, kalabahi kota, tepatnya di pasar lama berhadapan dengan toko Aloka lama. Namun terjadi pergusuran tanah sehingga rumah makan Jawa Indah di pindahkan ke kadelang pada tahun 2014 yang terletak di Jl. Panglima Polim-Alor.

Rumah makan Jawa Indah merupakan salah satu rumah makan yang diminati oleh banyak konsumen sehingga terciptanya banyak pelanggan. Alasan diminati banyak konsumen karena pelayanannya cepat, mempunyai cita rasa makanan yang khas dan lezat sesuai dengan harga. Rumah makan Jawa Indah dikunjungi sekitar 30 sampai 40 konsumen dalam sehari. Rumah makan Jawa Indah buka dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB. Menu yang dijual hanya berlaku untuk sehari, tidak disimpan untuk hari berikutnya. Daftar menu makanan di rumah makan Jawa indah ini pun terdiri dari berbagai variasi makanan mulai dari Nasi Ikan (Rp.13.000), Nasi Telur (Rp.13.000), Nasi Ayam (Rp.17.000), Soto Ayam (Rp.15.000) dan Soto Ayam + Nasi (Rp.20.000) Selain dari makanan, Rumah makan Jawa indah ini juga menyediakan berbagai jenis minuman dingin mulai dari Nutrisari (Rp.4000) Es Teh (Rp.5000), Es Jeruk (Rp.5000) dan Extrajus Susu (Rp.6000). Selain menu yang beragam, fasilitas juga diperhatikan oleh pemilik rumah makan ini. Terdapat beberapa pilihan rumah makan yang berada disekitar rumah makan Jawa Indah, namun banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih rumah makan tertentu.

Sebagai pemilik rumah makan harus berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas pelayanan, harga maupun lokasi, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Dari hasil penelitian, peneliti melihat bahwa pelayanan yang ada di rumah makan Jawa Indah ini selalu memperhatikan beberapa indikator seperti bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Indikator kualitas pelayanan ini menjadi hal penting yang selalu diperhatikan oleh pemilik rumah makan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen tidak hanya disebabkan oleh kualitas pelayanan yang baik, tetapi harga dan lokasi juga merupakan faktor penting untuk peningkatan kepuasan konsumen di rumah makan Jawa Indah.

Harga yang ada di rumah makan Jawa Indah adalah harga yang kompetitif, artinya bahwa harga produk menu makanan dan minuman yang ada di rumah makan Jawa Indah terjangkau dan mampu bersaing dengan rumah makan yang lain.

Lokasi rumah makan Jawa Indah adalah lokasi yang aman serta mudah dijangkau. Konsumen merasa puas jika lokasinya aman, tempat parkir yang luas dan mudah dijangkau. Namun dari hasil penelitian peneliti menemukan ada

konsumen yang mengatakan bahwa mereka tidak puas dengan lokasi rumah makan Jawa Indah, karena tidak menyediakan tempat parkir yang luas sehingga konsumen yang datang berkunjung harus parkir di pinggir jalan. Untuk itu sesuai dengan penjelasan latar belakang di atas maka memotivasi saya untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor”**.

## **LANDASAN TEORI**

### **Kepuasan Konsumen**

#### **1. Pengertian Kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono dalam Tombeng et al., (2019) bahwa kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Sedangkan Menurut Daryanto dan Setyobudi dalam Keloay et al., (2019) bahwa kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

Menurut Kotler dalam Sholichah, (2020) bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang atau konsumen yang berasal dari perbandingan antara kesannya atau hasil suatu pelayanan. Menurut Ratnasari dalam Pratiwi, (2020) bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan diharapkan.

Menurut Kotler dan Keller dalam Sulifa, (2022) bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Berdasarkan definisi di atas dapat di simpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang setelah membandingkan antara harapan dan kinerja yang dirasakan dari produk, jasa maupun pelayanan yang diberikan.

#### **2. Indikator Kepuasan Konsumen**

Indikator kepuasan konsumen menurut Tjiptono dalam Pratiwi (2020), adalah :

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan
2. Dimensi kepuasan pelayanan
3. Konfirmasi harapan
4. Niat beli ulang
5. Kesiapan untuk merekomendasikan

### **Kualitas Pelayanan**

#### **1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah inisiatif untuk meningkatkan kenyamanan konsumen dan memastikan bahwa konsumen merasa dihargai melebihi harapan mereka. Ekspektasi konsumen merupakan faktor penting dalam memilih restoran. Kualitas layanan yang lebih dekat dengan kepuasan pelanggan menciptakan lebih banyak harapan dan sebaliknya. Kepuasan pelanggan secara tidak langsung dicapai melalui kualitas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting di sediakan untuk kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pelayanan dengan baik akan berdampak terjadinya pelanggan atau konsumen yang akan datang berulang-ulang otomatis perusahaan akan meningkat.

Menurut Kotler dalam Tombeng et al., (2019) bahwa kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersiapkan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia. Sedangkan menurut Goesth dan Davis dalam Sholichah, (2020) bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen.

Selanjutnya menurut Abdullah dan Tantri dalam Pratiwi, (2020) bahwa kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumennya.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersiapkan baik dan memuaskan, sehingga kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia.

## **2. Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono dan Candra dalam Keloay et al., (2019) Indikator kualitas pelayanan ada lima yaitu :

1. Bukti Fisik (Tangible)
2. Keandalan (Reliability)
3. Daya Tanggap (Responsiveness)
4. Jaminan (Assurance)
5. Empati (Empathy)

## **Harga**

### **1. Pengertian Harga**

Menurut Kotler dan Keller dalam Keloay et al., (2019) bahwa harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Keloay et al., (2019) bahwa harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara yang dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakan. Sedangkan menurut Alma dalam Sholichah, (2020) bahwa harga (price) sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Selanjutnya Menurut Tjiptono dalam Maruli et al., (2022) bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Awang et al., (2022) bahwa harga merupakan sejumlah uang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat, kepemilikan atau penggunaan atas produk atau jasa.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga adalah unsur penting dalam mendapatkan keuntungan bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen.

## **2. Indikator Harga**

Menurut Kotler dan Keller dalam Sholichah, (2020) bahwa terdapat empat indikator yang yang mencirikan harga adalah :

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

## **Lokasi**

### **1. Pengertian Lokasi**

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Tombeng, et al., (2019) bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana dengan cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dimana lokasi yang strategis.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Pratiwi, (2020) bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana dengan cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dimana lokasi yang strategis. Sedangkan menurut Alma dalam Sholichah, (2020) bahwa lokasi adalah adalah tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Selanjutnya menurut Tjiptono dalam Awang, et al., (2020) bahwa lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah suatu tempat dimana perusahaan beroperasi dan menghasilkan barang dan jasa serta pemilihan suatu lokasi perusahaan sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan.

### **2. Indikator Lokasi**

Menurut Fure dalam Sholichah, (2020) indikator lokasi ada 4 yaitu :

1. Ketersediaan lahan parkir
2. Memiliki tempat yang cukup luas dan mudah di jangkau dengan alat transportasi.
3. Lokasi dilalui banyak alat transportasi.
4. Lokasi yang strategis.

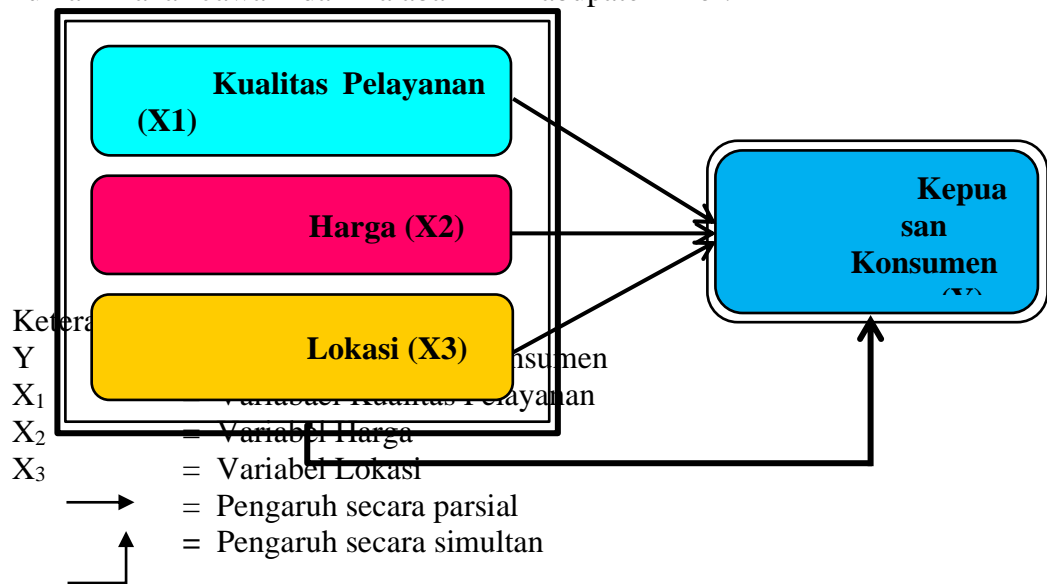
## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi dan sampel penelitian ini adalah semua konsumen yang datang berkunjung di Rumah Makan Jawa Indah

Kalabahi Kabupaten Alor. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan teknik incidental sampling, artinya konsumen yang datang berkunjung dan menikmati makanan dan minuman yang ada di Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor yang dianggap cocok dan akan dijadikan sampel dengan jumlah responden 50 orang konsumen.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, interview, kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data menggunakan 2 tahapan analisis yaitu analisis pendahuluan dan analisis lanjutan. Analisis pendahuluan terdiri dari statistik deskriptif, uji kuesioner dan uji asumsi klasik. Analisis lanjutan terdiri atas analisis regresi linear berganda dan uji t dan uji F.

Hipotesis penelitian adalah : (1) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Di Kabupaten Alor. (2) Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Di Kabupaten Alor. (3) Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Di Kabupaten Alor. (4) Kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Di Kabupaten Alor.



**Gambar Kerangka Dasar Penelitian**

**HASIL PENELITIAN**

**Hasil Uji Kuesioner**

**1. Uji Validitas**

a. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini :

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)**

Pernyataan	Pearson Correlation	Batas Validitas	Keterangan
P1	0,616	0,3	Valid
P2	0,462	0,3	Valid

P3	0,614	0,3	Valid
P4	0,607	0,3	Valid
P5	0,700	0,3	Valid

*Sumber : Hasil Output SPSS,2023*

Berdasarkan uji validitas di atas, variabel kualitas pelayanan seperti terlihat dalam tabel 1 di atas diketahui nilai batas validitas untuk semua item pernyataan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian, maka seluruh item pernyataan pada kuesioner dikatakan valid dan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor.

b. Hasil Uji Validitas Variabel Harga ( $X_2$ )

Hasil uji validitas variabel Harga dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini :

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga ( $X_2$ )**

Pernyataan	Pearson Correlation	Batas Validitas	Keterangan
P1	0,680	0,3	Valid
P2	0,662	0,3	Valid
P3	0,588	0,3	Valid
P4	0,545	0,3	Valid
P5	0,682	0,3	Valid

*Sumber : Hasil Output SPSS,2023*

Berdasarkan uji validitas di atas, variabel harga seperti terlihat dalam tabel 2 di atas diketahui nilai batas validitas untuk semua item pernyataan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian, maka seluruh item pernyataan pada kuesioner dikatakan valid dan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh variabel harga terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor.

c. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi ( $X_3$ )

Hasil uji validitas variabel lokasi dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini :

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi ( $X_3$ )**

Pernyataan	Pearson Correlation	Batas Validitas	Keterangan
P1	0,675	0,3	Valid
P2	0,537	0,3	Valid
P3	0,608	0,3	Valid
P4	0,748	0,3	Valid
P5	0,819	0,3	Valid

*Sumber : Hasil Output SPSS,2023*

Berdasarkan uji validitas di atas, variabel lokasi seperti terlihat dalam tabel 3 di atas diketahui nilai batas validitas untuk semua item pernyataan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian, maka seluruh item pernyataan pada kuesioner dikatakan valid dan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor.

d. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini :

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

Pernyataan	Pearson Correlation	Batas Validitas	Keterangan
P1	0,708	0,3	Valid
P2	0,478	0,3	Valid
P3	0,534	0,3	Valid
P4	0,655	0,3	Valid
P5	0,745	0,3	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS,2023

Berdasarkan uji validitas di atas, variabel kepuasan konsumen seperti terlihat dalam tabel 4 di atas diketahui nilai batas validitas untuk semua item pernyataan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian, maka seluruh item pernyataan pada kuesioner dikatakan valid dan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh variabel kepuasan konsumen terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor.

## 2. Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 5. Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Batas Reliabilitas	keterangan
Kualitas Pelayanan	0,825	0,6	Reliabel
Harga	0,873	0,6	Reliabel
Lokasi	0,869	0,6	Reliabel
Keuasan Konsumen	0,829	0,6	Reliabel

Sumber : Hasil Output SPSS,2023

Berdasarkan tabel 5 tersebut 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 batas reliabilitas.

## Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 6 dibawah ini.

**Tabel 6. Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
	N	50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,83930360
Most Extreme Differences	Absolute	,108
	Positive	,101
	Negative	-,108

Test Statistik	,108
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 <sup>c,d</sup>

Sumber : Hasil Output SPSS,2023

Berdasarkan data pada tabel 6 tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini memiliki signifikan  $0,200 > 0,05$ . Dengan demikian, Maka data penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinaritas

Hasil Uji multikolinaritas dapat dilihat pada tabel 7 dibawah ini :

**Tabel 7. Uji Multikolinaritas Coefficiens<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	,408	,215		,902	,063		
X1	,349	,121		,282	,006	,409	2,446
X2	,207	,094	,388	,204	,033	,531	1,885
X3	,275	,115	,362	,272	,022	,543	1,841

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan data pada tabel 7 tersebut di atas, perhitungan Tolerance juga menunjukkan tidak ada variabel independent yang memiliki nilai tolerance dibawah dari 0,1 untuk masing-masing variabel. Hasil VIF juga menunjukkan hal yang sama yaitu tidak ada satupun variabel independent yang memiliki nilai VIF di atas dari 10, dengan kata lain variabel Kualitas Pelayanan X<sub>1</sub> nilai tolerance 0,409 dengan nilai VIF 2,446, Harga X<sub>2</sub> nilai tolerance 0,531 dengan nilai VIF 1,885, Lokasi X<sub>3</sub> nilai tolerance 0,543 dengan nilai VIF 1,841. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinaritas antara variabel independent dalam model regresi.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali dalam Pratiwi, 2020). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji Glejser untuk mendeteksi terjadi atau tidaknya heterokedastisitas yang kriterianya adalah sebagai berikut :

- Jika nilai signifikan lebih besar atau = nilai alfa ( $\text{sig.} \geq \alpha 0,05$ ) maka tidak terjadi heterokedastisitas.

- Jika nilai signifikan lebih kecil atau = nilai alfa ( $\text{sig.} \leq \alpha 0,05$ ) maka terjadi heterokedastisitas. Uji Heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel 8 dibawah ini :

**Tabel 8. Uji Heterokedastisitas Coefficiens<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	1,188	1,506		,789	,434
X1	-	,08		-1,	,20
X2	,111	,055	-,294	2,99	,036
X3	,061	,066	,183	,920	,362
	,023	,081	,055	,281	,780

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 8 tersebut di atas maka hasil uji heterokedastisitas menggunakan metode *glejser* diketahui bahwa nilai signifikan pada variabel kualitas pelayanan  $0,200 > 0,05$ , diketahui bahwa nilai signifikan variabel harga  $0,362 > 0,05$ , dan diketahui bahwa nilai signifikan variabel lokasi  $0,780 > 0,05$ . Yang artinya data pada penelitian ini tidak terjadi masalah *heterokedastisitas*.

4. Uji Linieritas

Uji Lineaaritas dapat dilihat pada tabel 9 dibawah ini :

**Tabel 9. Uji Linearitas Variabel Y dan Variabel X<sub>1</sub>**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
JMLY JMLX1	Between Groups	(Combined)	58,376	5	11,675	1,218	,000
		Linearity	56,719	5	56,719	9,357	,000
		Deviation from Linearity	1,656	1	,414	4,33	,784
	Within Groups	42,044	44	,956			
Total			100,420	49			

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 9 di atas menunjukkan bahwa nilai *Deviation from Linearity* variabel kualitas pelayanan  $0,784 \geq 0,05$ . Yang artinya nilai ini lebih besar dari nilai alpha, maka dengan demikian variabel Y dan variabel  $X_1$  memiliki hubungan yang linear.

**Tabel 10. Uji Linearitas Variabel Y dan Variabel  $X_2$**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	sig.
J MLY JMLX2	Between Groups	(Combined)	48,738		8,123	6,758	,000
		Linearity	45,369	9	45,369	7,748	,000
		Deviation from Linearity	3,369		,674	561	,729
	Within Groups		51,682	3	1,202		
	Total		100,420	9			

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 10 di atas menunjukkan bahwa nilai *Deviation from Linearity* variabel harga  $0,729 \geq 0,05$ . Yang artinya nilai ini lebih besar dari nilai alpha, maka dengan demikian variabel Y dan variabel  $X_2$  memiliki hubungan yang linear.

**Tabel 11. Uji Linearitas Variabel Y dan Variabel  $X_3$**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	sig.
J MLY JMLX3	Between Groups	(Combined)	48,715		9,743	8,291	,000
		Linearity	45,973		45,973	9,122	,000
		Deviation from Linearity	2,741		,685	583	,676
	Within Groups		51,705	4	1,175		
	Total		100,420	9			

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 11 di atas menunjukkan bahwa nilai *Deviation from Linearity* variabel lokasi  $0,676 \geq 0,05$ . Yang artinya nilai ini lebih besar dari nilai alpha, maka dengan demikian variabel Y dan variabel  $X_3$  memiliki hubungan yang linear.

## Analisis Lanjutan

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur atau menghitung pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner dan perhitungan dengan menggunakan program SPSS 25 For Windows maka diperoleh *output* pengujian data sebagai berikut :

**Tabel 12. Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandar dized Coefficients		Standardi zed Coefficients	t	Sig
	B	Std . Error	Beta		
(Const ant)	4, 080	2,1 45		1, 902	,06 3
KP	, 349	,12 1	,388	2, 872	,00 6
HAR GA	, 207	,09 4	,262	2, 204	,03 3
LOKA SI	, 275	,11 5	,279	2, 377	,02 2

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan data dalam tabel 12 di atas, dapat dibentuk suatu persamaan regresi :

$$Y = 4,080 + 0,349 X_1 + 0,207 X_2 + 0,275 X_3 + e$$

Persamaan regresi linear berganda di atas memiliki makna sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 4,080 mengandung arti bahwa jika semua variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yakni kualitas pelayanan, harga dan lokasi bernilai konstan atau nol (0), maka nilai variabel Y sebesar 4,080.
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,439, nilai ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan kepuasan konsumen pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor mengalami peningkatan 43,9%. Nilai koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor.
3. Nilai koefisien regresi variabel harga ( $X_2$ ) sebesar 0,207, nilai ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel harga sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan kepuasan konsumen pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor mengalami peningkatan 20,7%. Nilai koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara variabel harga dan kepuasan konsumen Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor.
4. Nilai koefisien regresi variabel lokasi ( $X_3$ ) sebesar 0,275, nilai ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel lokasi sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan kepuasan konsumen pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi

Kabupaten Alor mengalami peningkatan 27,5%. Nilai koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara variabel lokasi dan kepuasan konsumen Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor.

### Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji masing-masing hipotesis dapat dilihat pada tabel 13 dibawah ini.

**Tabel 13. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)**

Model	Unstandar dized Coefficients		Standardi zed Coefficients	t	Sig
	B	Std . Error	Beta		
(Const ant)	4 ,080	2,1 45		1 ,902	,06 3
X1	, 349	,12 1	,388	2 ,872	,00 6
X2	, 207	,09 4	,262	2 ,204	,03 3
X3	, 275	,11 5	,279	2 ,377	,02 2

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan pengujian uji t pada tabel 13 di atas, dijelaskan bahwa :

#### 1) Pengujian Hipotesis Pertama (H<sub>1</sub>)

Pengujian ini dimaksud untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor. Dengan tingkat signifikan alfa ( $\alpha$ ) yaitu sebesar 5% atau 0,05. Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan sebesar 0,006 atau 0,06% dimana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa yaitu 0,05 atau 5%. Dengan demikian, maka hasil penelitian ini menerima H<sub>a</sub> artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor.

#### 2) Pengujian Hipotesis Kedua (H<sub>2</sub>)

Pengujian ini dimaksud untuk menguji pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor. Dengan tingkat signifikan alfa ( $\alpha$ ) yaitu sebesar 5% atau 0,05. Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan sebesar 0,033 atau 3,3% dimana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa yaitu 0,05 atau 5%. Dengan demikian, maka hasil penelitian ini menerima H<sub>a</sub> artinya variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor.

#### 3) Pengujian Hipotesis Ketiga (H<sub>3</sub>)

Pengujian ini dimaksud untuk menguji pengaruh variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor. Dengan tingkat signifikan alfa ( $\alpha$ ) yaitu sebesar 5% atau 0,05. Berdasarkan tabel

tersebut menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki nilai signifikan sebesar 0,022 atau 2,2% dimana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa yaitu 0,05 atau 5%. Dengan demikian, maka hasil penelitian ini menerima  $H_a$  artinya variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor.

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel 14 dibawah ini.

**Tabel 14. Hasil Uji Regresi (Uji F)**

Model	Sum of Squares	f	Mean Square	F	ig.
Regression	65,903		21,968	9,276	0,000 <sup>b</sup>
Residual	34,517	6	,750		
Total	100,420	9			

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel tersebut di atas, diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,000, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa ( $0,000 < 0,05$ ). 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 pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor.

## KESIMPULAN

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

1. Secara parsial variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis data dengan nilai signifikan uji t sebesar 0,006, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa yaitu 0,05 ( $0,006 < 0,05$ ).
2. Secara parsial variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis data dengan nilai signifikan uji t sebesar 0,033, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa yaitu 0,05 ( $0,033 < 0,05$ ).
3. Secara parsial variabel lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis data dengan nilai signifikan uji t sebesar 0,022, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa yaitu 0,05 ( $0,022 < 0,05$ ).
4. Secara Simultan variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), Variabel harga ( $X_2$ ) dan Variabel lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor. Hal ini

dibuktikan dengan hasil analisis data dengan nilai signifikan uji F sebesar 0,000, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Awang, M. Y., Peny, T. L. L., Maruli, E., & Anigomang, F. R. (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.
- Firdaus, F., Yufrinalis, M., Fil, S., Putri, R., Supriyanto, S. A. B., Peny, T., ... & Ardi Afrizal, S. E. (2021). Metodologi Penelitian Ekonomi. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Keloay, G., Rumawas., W., & Asaloei (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *Jurnal Administrasi (JAB)*, 8(2), 26-33.
- Maruli, E., Anigomang, F. R., & Maro, Y. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Suasana Tempat Terhadap kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 742-754.
- PRATIWI, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Pak Uniang Di Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam).
- Sholichah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dapur Dk Surabaya. (Doctoral dissertation, Universitas I7 Agustus 1945 Surabaya).
- Sulifa, A. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Pondok Asri Di Kota Lumajang.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1).
- Anigomang, FR, Tang, SA, & Maruli,E. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* , 9 (1), 698-709.