

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Profil Singkat dan Sejarah Berdirinya Usaha

a. Profil Singkat

- 1) Nama Usaha : Stasiun Seblak Bandung
- 2) Jenis Usaha : Kuliner
- 3) Nama Pemilik : Mohammad Rofi'i
- 4) Alamat Usaha : Kelurahan Bintoro Kec. Demak Kab. Demak

b. Sejarah Berdirinya Usaha Seblak Bandung

Stasiun Seblak Bandung di Demak berdiri pada tanggal 3 September 2016. Usaha ini termasuk kedalam golongan usaha dibidang kuliner, khususnya kuliner khas bandung. Seblak khas Bandung adalah salah satu jenis makanan dari Bandung yang memiliki rasa khas kencur yng gurih. Komposisi dari seblak Bandung adalah jenis pasta terdiri dari kerupuk, macaroni basah, kwituu basah, telur dan varian tambahan lainnya seperti sosis, jamur, bakso, ceker.

Pebisnis mengawali mengembangkan usaha kuliner Seblak Bandung menggunakan Gerobak surung yang di tempatkan di pinggir jalan daerah kawasan Sempal Wadak di kota Demak. Berjalannya waktu, dengan meningkatnya konsumen pemilik berusaha terus untuk meningkatkan dan membesarkan usahanya dengan cara membuka cabang. Merasa usahanya mengalami peningkatan di waktu kurun kurang lebih sekitar selama 7 bulanan pemilik memberanikan untuk membuka cabang, ketika itu mendapatkan tempat atau lokasi di daerah kota Demak tepatnya di Kampung Stasiun Kelurahan Bintoro Kecamatan Demak Kabupaten Demak

Masalah dalam pengembangan usahanya sering muncul, akan tetapi pemilik terus optimis dalam mengembangkan usahanya secara maksimal. Sehingga sampai saat ini, Stasiun Seblak Bandung di Demak terus mengalami perkembang dan karyawan bertambah

untuk bekerja secara bergantian (*sift*). Sehingga sampai sekarang Stasiun Seblak Bandung mempunyai karyawan 10 orang, karyawan 4 berada di cabang 1 sedangkan karyawan 6 di cabang 2.

B. Gambaran Umum Responden

1. Karakteristik Responden

Dari hasil kuesioner diperoleh karakteristik responden sebagai berikut

Tabel 4.1
Profil Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Gender		
- Laki-laki	35	35%
- Perempuan	65	65%
Usia		
- 15-18 Tahun	42	42%
- 19-25 Tahun	20	20%
- 26-30 Tahun	15	15%
- 31-35 Tahun	15	15%
- 35+ Tahun	8	8%
Pekerjaan		
- PNS	13	13%
- Pegawai Swasta	22	22%
- Wiraswasta	20	20%
- Pelajar (SMP/SMA)	45	45%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.1. di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 65 responden atau 65%, sedangkan responden laki-laki sebanyak 35 responden atau 35%. Usia mayoritas responden berusia 15-18 Tahun sebanyak 42 responden atau 42%. Sedangkan pekerjaan mayoritas responden adalah pelajar (SMP/SMA) sebanyak 45 orang atau 45%.

2. Deskripsi Data

a. Tanggapan Responden Berdasarkan Kualitas Pelayanan

Tanggapan responden berdasarkan kualitas pelayanan dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.2.

Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	Jawaban					Jml
		SS	S	N	TS	STS	
1	Kemampuan karyawan di Stasiun Seblak Bandung baik	24 24%	44 44%	28 28%	4 4%	0 0%	100 100 %
2	Respon karyawan kepada konsumen di Stasiun Seblak Bandung cepat	42 42%	32 32%	26 26%	0 0%	0 0%	100 100 %
3	Stasiun Seblak Bandung memberikan jaminan rasa yang enak	42 42%	32 32%	26 26%	0 0%	0 0%	100 100 %
4	Stasiun Seblak Bandung memiliki tempat yang memberikan rasa nyaman	36 36%	34 34%	28 27%	2 2%	0 0%	100 100 %
5	Stasiun Seblak Bandung selalu menerima saran dan kritik dari konsumen	36 36%	32 32%	30 30%	2 2%	0 0%	100 100 %

Sumber: Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.2. di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menjawab pada pernyataan Respon karyawan kepada konsumen di Stasiun Seblak Bandung baik dan Stasiun Seblak Bandung memberikan jaminan rasa yang enak. masing-masing dengan jawaban sangat setuju sebanyak 42 responden atau 42%.

b. Tanggapan Responden Berdasarkan Harga

Tanggapan responden berdasarkan harga dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.3.
Harga

No.	Pernyataan	Jawaban					Jml
		SS	S	N	TS	STS	
1	Stasiun Seblak Bandung memiliki harga yang terjangkau	40 40%	34 34 %	26 26 %	0 0%	0 0%	100 100%
2	Harga di Stasiun Seblak Bandung sama dengan harga seblak lainnya	34 34%	34 34 %	30 30 %	2 2%	0 0%	100 100%
3	Stasiun Seblak Bandung menyesuaikan harga dengan kualitas produk	34 34%	38 38 %	26 26 %	2 2%	0 0%	100 100%
4	Harga di Stasiun Seblak Bandung sesuai dengan manfaat produk	40 40%	34 34 %	26 26 %	0 0%	0 0%	100 100%

Sumber: Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.3. di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menjawab pada pernyataan Stasiun Seblak Bandung memiliki harga yang terjangkau dan Harga Stasiun Seblak Bandung sesuai dengan manfaat produk masing-masing dengan jawaban sangat setuju sebanyak 40 responden atau 40%.

c. Tanggapan Responden Berdasarkan Lokasi

Tanggapan responden berdasarkan lokasi dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.4.
Lokasi

No.	Indikator	Jawaban					Jml
		SS	S	N	TS	STS	
1	Keamanan di sekitar lokasi Stasiun Seblak Bandung terjamin	24 24%	44 44%	28 28%	4 4%	0 0%	100 100%
2	Arus lalu lintas menuju lokasi Stasiun Seblak Bandung mudah di jangkau	42 42%	32 32%	26 26%	0 0%	0 0%	100 100%
3	Lokasi usaha di Stasiun Seblak Bandung nyaman	26 26%	46 46%	26 26%	2 2%	0 0%	100 100%

Sumber: Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.4. di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menjawab pada pernyataan Arus lalu lintas menuju lokasi Stasiun Seblak Bandung mudah di jangkau dengan jawaban sangat setuju sebanyak 42 responden atau 42%.

d. Tanggapan Responden Berdasarkan Kepuasan Pelanggan

Tanggapan responden berdasarkan kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.5.
Kepuasan Pelanggan

No.	Pernyataan	Jawaban					Jml
		SS	S	N	TS	STS	
1	Kualitas makanan yang disajikan di Stasiun Seblak Bandung memuaskan saya	24 24%	44 44%	28 28%	4 4%	0 0%	100 100%
2	Harga di Stasiun Seblak Bandung	42 42%	32 32%	26 26%	0 0%	0 0%	100 100%

	terggolong terjangkau		%	%			
3	Layanan di Stasiun Seblak Bandung sangat memuaskan	42 42%	32 32%	26 26%	0 0%	0 0%	100 100%
4	kebanyakan pelanggan puas dengan Stasiun Seblak Bandung	36 36%	32 32%	30 30%	2 2%	0 0%	100 100%

Sumber: Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.5. di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menjawab pada pernyataan Harga Stasiun Seblak Bandung terggolong terjangkau dan Layanan di Stasiun Seblak Bandung sangat memuaskan masing-masing dengan jawaban sangat setuju sebanyak 42 responden atau 42%.

3. Pengujian Data

a. Uji Instrumen Penelitian

Uji validitas dan reliabilitas menggunakan try out 100 responden. Nilai r_{tabel} yang dihasilkan untuk $(df=n-2) = 98$ yaitu 0,202. Tujuan ujicoba instrumen yang berhubungan dengan kualitas adalah upaya untuk mengetahui validitas. Suatu instrumen itu valid, apabila dapat mengukur apa yang hendak diukur.¹

Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan Software SPSS (*Statistic Package for the Social Science*) 16.0 for Windows.

1) Uji Validitas

a) Kualitas Pelayanan

Hasil uji validitas dapat ditunjukkan seperti di bawah ini:

¹ Arikunto. S., *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 228.

Tabel 4.6
Uji Validitas Kualitas Pelayanan
N=100

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
1	Item_1	0,738	0,202	0,000	Valid
2	Item_2	0,856	0,202	0,000	Valid
3	Item_3	0,856	0,202	0,000	Valid
4	Item_4	0,789	0,202	0,000	Valid
		0,299	0,202	0,002	Valid

Sumber: Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui seluruh item pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan taraf signifikansi $< 0,05$, sehingga seluruh item pertanyaan dalam variabel kualitas pelayanan adalah valid.

b) Harga

Hasil uji validitas dapat ditunjukkan seperti di bawah ini:

Tabel 4.7
Uji Validitas Harga
N=100

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
1	Item_1	0,845	0,202	0,000	Valid
2	Item_2	0,867	0,202	0,000	Valid
3	Item_3	0,835	0,202	0,000	Valid
4	Item_4	0,845	0,202	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan taraf signifikansi $< 0,05$, sehingga seluruh item pertanyaan dalam variabel harga adalah valid.

c) Lokasi

Hasil uji validitas dapat ditunjukkan seperti di bawah ini:

Tabel 4.8
Uji Validitas Lokasi
N=100

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
1	Item_1	0,870	0,202	0,000	Valid
2	Item_2	0,729	0,202	0,000	Valid
3	Item_3	0,905	0,202	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan taraf signifikansi $< 0,05$, sehingga seluruh item pertanyaan dalam variabel lokasi adalah valid.

d) **Kepuasan Pelanggan**

Hasil uji validitas dapat ditunjukkan seperti di bawah ini:

Tabel 4.9
Uji Validitas Kepuasan Pelanggan
N=100

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
1	Item_1	0,807	0,202	0,000	Valid
2	Item_2	0,867	0,202	0,000	Valid
3	Item_3	0,867	0,202	0,000	Valid
4	Item_4	0,828	0,202	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan taraf signifikansi $< 0,05$, sehingga seluruh item pertanyaan dalam variabel kepuasan pelanggan adalah valid.

2) Uji Reliabilitas

Tujuan ujicoba instrumen yang berhubungan dengan kualitas adalah upaya untuk mengetahui reliabilitas. instrumen tersebut dapat mengukur apa

yang dimaksud dalam menjawab pertanyaan atau pernyataan di antara subjek.²

Hasil uji reliabilitas dapat ditunjukkan seperti di bawah ini:

Tabel 4.10
Uji Reliabilitas
N=100

No.	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
	Kepuasan Pelanggan	0,863	$\geq 0,600$	Reliabel
	Kualitas Pelayanan	0,753	$\geq 0,600$	Reliabel
	Harga	0,869	$\geq 0,600$	Reliabel
	Lokasi	0,781	$\geq 0,600$	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa seluruh dimensi masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach alpha* $\geq 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini reliabel.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

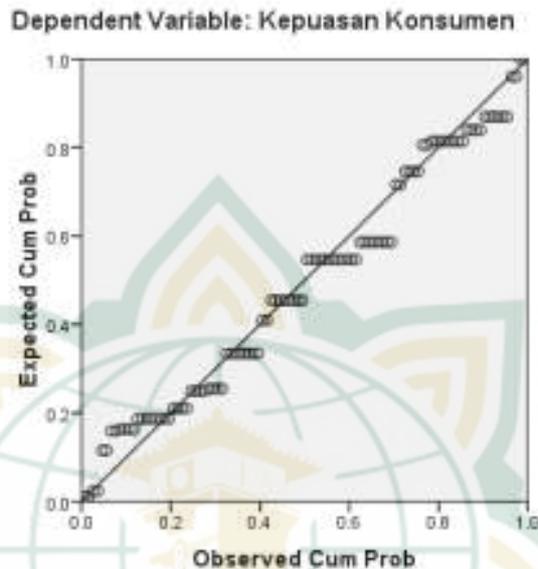
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot. Pada grafik normal plot, dengan asumsi:³

Hasil uji normalitas dapat ditunjukkan seperti gambar dibawah ini:

² Arikunto. S., *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 228.

³ Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, (Semarang: 2005), 112.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



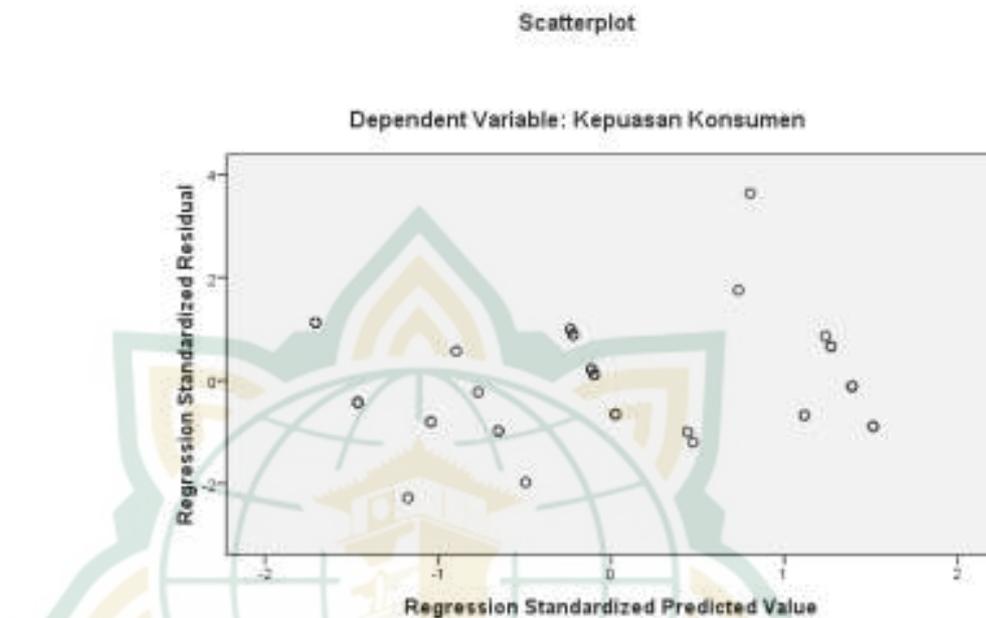
Gambar 4.1
Uji Normalitas *Scater Plot*

Berdasarkan tabel 4.1. diatas data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya problem heteroskedastisitas adalah dengan media grafik, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat ditunjukkan seperti gambar di bawah ini;



Gambar 4.2
Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.2 diatas tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (0). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi.

Hasil uji multikolinieritas dapat ditunjukkan seperti tabbel di bawah ini:

Tabel 4.11
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	.112	8.942
Harga	.116	8.596
Lokasi	.271	3.687

Sumber: Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat diketahui bahwa angka Tolerance diatas ($>$) 0,1 dan mempunyai nilai VIF di bawah ($<$) 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Hasil uji autokorelasi dapat ditunjukkan seperti tabbel dibawah ini :

Tabel 4.12
Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	2.403

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui nilai Durbin watson sebesar 2,403. Sehingga nilai DW

berada diantara $dU (2,029) < DW (2,836) < 4 - dU (4 - 2,029 = 2,3007)$). Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi. Artinya bahwa variabel independent dalam penelitian ini tidak terganggu atau terpengaruhi oleh variabel pengganggu.

c. Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan pengaruh dua atau lebih variabel prediktor (variabel bebas) terhadap satu variabel kriterium (variabel terikat) seperti tabel di bawah ini:

Tabel 4.13
Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-1.792	.320	
	Kualitas Pelayanan	.335	.045	.351
	Harga	.406	.046	.406
	Lokasi	.379	.042	.273

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.11 dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut;

$$Y = -1,792 + 0,335X_1 + 0,406X_2 + 0,0379X_3 + e$$

Penjelasan persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan seperti di bawah ini:

- 1) Konstanta
Konstanta sebesar -1,792 menyatakan bahwa jika variabel independent dianggap konstan (0), maka rata-rata kepuasan pelanggan adalah sebesar 1,792
- 2) Kualitas Pelayanan (X_1)
Hasil koefisien regresi adalah positif artinya kualitas pelayanan mengalami peningkatan satu satuan berdampak pada peningkatan kepuasan

pelanggan sebesar 0,335, dengan syarat seluruh variabel adalah konstan.

3) Harga (X_2)

Hasil koefisien regresi adalah positif artinya harga mengalami peningkatan satu satuan berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,406, dengan syarat seluruh variabel adalah konstan.

4) Lokasi (X_3)

Hasil koefisien regresi adalah positif artinya lokasi mengalami peningkatan satu satuan berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,379, dengan syarat seluruh variabel adalah konstan.

d. Uji Hipotesis

1) Uji t

Hasil pengujian uji t dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.14

Uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	-5.601	.000
Kualitas Pelayanan	7.536	.000
Harga	8.874	.000
Lokasi	9.123	.000

Sumber: Data Diolah, 2018

a) **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 7,536 dan t_{tabel} sebesar 2,000 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) taraf signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H_1 diterima

hasilnya adalah positif, artinya semakin ditingkatkannya kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

b) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 8,874 dan t_{tabel} sebesar 2,000 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) taraf signifikansi sebesar 0,001 ($< 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H_2 diterima hasilnya adalah positif, artinya semakin diperbaikinya harga maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

c) Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 9,123 dan t_{tabel} sebesar 2,000 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) taraf signifikansi sebesar 0,001 ($< 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H_3 diterima hasilnya adalah positif, artinya semakin strategisnya lokasi maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

e. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model (kualitas harga, saluran distribusi, harga) dalam menerangkan variasi variabel dependen/tidak bebas (keputusan pembelian). Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Hasil koefisien determinasi dapat ditunjukkan seperti tabel di bawah ini;

Tabel 4.15
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.988 ^a	.977	.976	.43246	2.403

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,976 atau 97,6%, artinya variasi besarnya Kepuasan pelanggan bisa dijelaskan oleh variasi saluran kualitas pelayanan, harga dan lokasi sedangkan sisanya 2,4% % lainnya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 7,536 dan t_{tabel} sebesar 2,000 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) taraf signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H_1 diterima hasilnya adalah positif, artinya semakin ditingkatkannya kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu antara lain: Nuruni Ika Kusuma Wardhani (2012) Analisis Kualitas Produk dan Harga dalam meningkatkan loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada minuman sari buah Frutang Menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen . Felita Sasongko dan Hartono Subagio

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria (2013) terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan. Arlina Nurbaity Lubis dan Martin (2009) Pengaruh harga (price) dan kualitas pelayanan (service quality) terhadap kepuasan pasien rawat inap Di RSUD Deli Medan Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Wayan Arta Paramarta yang menyatakan bahwa pada umumnya jasa atau pelayanan diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.⁴

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁵ Bagi Kedai Seblak Kang Kirkid suatu aktivitas penjualan yang dilakukan selalu mengutamakan kepuasan pelanggan melalui interaksi dengan konsumen agar dapat memecahkan keluhan-keluhan konsumen.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 8,874 dan t_{tabel} sebesar 2,000 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) taraf signifikansi sebesar 0,001 ($< 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H_2 diterima hasilnya adalah positif, artinya semakin diperbaikinya harga maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu antara lain: Kertajaya (2002) mengungkapkan bahwa 32 indikator penilaian harga dapat dilihat dari kesesuaian antara suatu pengorbanan dari konsumen terhadap nilai yang diterimanya setelah melakukan pembelian, dan dari situlah konsumen akan

⁴ Wayan Arta Paramarta, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pizza Hut Gatot Subroto Denpasar", *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 2, (2008), 45.

⁵ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2005), 42.

mempersepsi dari produk atau jasa tersebut. Persepsi yang positif merupakan hasil dari rasa puas akan suatu pembelian yang dilakukannya, sedangkan persepsi yang negatif merupakan suatu bentuk dari ketidakpuasan konsumen atas produk atau jasa yang dibelinya. Jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Penelitian Dita Amanah (2010) Menunjukkan bahwa Harga berpengaruh Positif terhadap Kepuasan Konsumen. Nuruni Ika Kusuma Wardhani (2012) Menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Sedangkan menurut Sofjan Assauri, harga merupakan beban atau nilai bagi konsumen, yang didapatkan dengan memperoleh dan menggunakan suatu produk, termasuk biaya keuangan dari konsumsi, disamping biaya sosial yang bukan keuangan, seperti dalam bentuk waktu, upaya, psikis, risiko, dan prestise atau gengsi sosial.⁶

Penetapan harga barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci dalam berbagai perusahaan sebagai konsekuensi dari deregulasi, persaingan global yang kian sengit, rendahnya pertumbuhan di banyak pasar.⁷ Maka dari itu, kebijakan penetapan harga bagi Kedai Seblak Kang Kirkid merupakan suatu hal yang penting. Perusahaan akan melakukan hal ini dengan penuh pertimbangan karena penetapan harga akan mempengaruhi pendapatan total dan biaya.

⁶ Sofjan Assauri, *Strategic Marketing, Rajawali Pers*, Edisi 1 Cet. 1, (Jakarta: 2012), 118.

⁷ David W. Cravens, *Pemasaran Strategis Edisi keempat Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 1996), 52.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 9,123 dan t_{tabel} sebesar 2,000 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) taraf signifikansi sebesar 0,001 ($< 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H_3 diterima hasilnya adalah positif, artinya semakin strategisnya lokasi maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu antara lain: Fatchur Rachman (2014) Hasil pengujian menunjukkan pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan bengkel Auto2000 Cabang Sungkono Surabaya Imam Haromain (2016) Hasil pengujian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Lokasi yang strategis sangat menentukan keberhasilan suatu usaha dagang namun untuk menentukannya bukan hal mudah apabila di tengah laju pembangunan. Pengusaha yang berhasil adalah yang paling dapat menyesuaikan barang dan jasanya dengan permintaan pasar secara tepat, oleh karena itu pengusaha harus memperhatikan masalah yang berkaitan dengan ketepatan pemilihan lokasi usaha⁸. Lokasi berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Bagi Kedai Seblak Kang Kirkid lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. lokasi sering kali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi perusahaan.

⁸ Charty E, Jerome MC dan William P. Parreault. *Dasar-Dasar Pemasaran*, diterjemahkan Agus Dharma, (Jakarta: Erlangga, 1993), 270-271.