

PENGARUH LOKASI, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CHRONOS CAFE DI SURABAYA

Farid Rizmawardi

hikkifarido@yahoo.co.id

Sonang Sitohang

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of location, service quality, and price on customers' satisfaction of Chronos Cafe in Surabaya. The research was exploratory-quantitative research. Moreover, the population was all customers of Chronos Café in Surabaya. Furthermore, the data collection technique used accidental sampling with non-probability sampling as its sampling technique. In line with that, there were 08 respondents as the sample. While the data were primary, which were taken from respondents' questionnaires. Additionally, the data analysis technique used linear regression with SPSS 25. The research result, from classical assumption test through normality, multicollinearity and heteroscedasticity test, showed that all variables within research had fulfilled the criteria given. Meanwhile, a proper model test which used the F-test and determination coefficient showed that the regression model was properly used. In addition, from hypothesis test results, it concluded that location, service quality, and price partially had a positive and significant effect on customers' satisfaction of Chronos Cafe in Surabaya.

Keywords: location, service quality, price, customer's satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh lokasi, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Chronos Cafe di Surabaya. Jenis penelitian ini merupakan jenis explanatory research dengan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu seluruh pengunjung Chronos Cafe. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik Non Probability Sampling dengan model Accidental Sampling dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Jenis data bersumber dari data primer yang didapatkan dari penyebaran kuisioner. Dan menggunakan alat analisis regresi linear yang menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan, uji asumsi klasik melalui uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi syarat yang ditentukan. Sedangkan uji kelayakan model menggunakan uji F dan koefisien determinasi menyatakan model regresi pada penelitian layak digunakan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa lokasi, kualitas layanan, dan harga berpengaruh positif secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Chronos Cafe di Surabaya

Kata kunci : Lokasi, Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Pada era milenial atau jaman modern seperti saat ini perdagangan yang leluasa adalah fenomena yang wajib dihadapi dengan persiapan sangat matang yang harus dimiliki setiap perusahaan, pengaruh perdagangan bebas saat ini sangat sulit dibendung, semua daerah akan merasakan dampaknya, karena itu setiap perusahaan harus menyiapkan strategi sebaik mungkin agar tidak tertinggal diperkembangan arus perdagangan globalisasi dunia. Bisnis kuliner merupakan jenis usaha yang banyak ditawarkan di kota Surabaya ini mulai dari yang sederhana sampai yang sangat mewah. Karena itu, pengusaha kuliner wajib menciptakan ide-ide baru dengan cita rasa pada setiap makanan dan minuman agar konsumen tertarik untuk mengunjunginya. Para pengelola bisnis harus menyiapkan strategi agar bisa menyenangkan hati dan membuat rasa bergairah kepada konsumen dalam mengkonsumsi produk dan jasa, sehingga membuat konsumen terkesan.

Chronos cafe adalah usaha kuliner yang menyajikan beberapa minuman yaitu kopi hitam, kopi susu, kopi rum, kopi coklat, kopi regal, kopi caramel, vanilla latte, matcha latte, dll yang terletak di kota Surabaya yang memiliki tempat yang nyaman dan banyak diminati oleh masyarakat salah satunya adalah kopi karena kopi sudah menjadi minuman semua orang dari yang berumur muda sampai tua dan dari berbagai kalangan. Berdasarkan fenomena yang terjadi bahwa adanya permasalahan yang dapat dibuktikan dari data penjualan *chronos café* selama bulan juni 2020 sampai januari 2021 yang mengalami penurunan.

Tabel 1
Data Penjualan *Chronos Cafe*

No.	Bulan	Target	Penjualan
1.	Juli	Rp. 10.000.000	Rp. 6.800.000
2.	Agustus	Rp. 10.000.000	Rp. 7.570.000
3.	September	Rp. 10.000.000	Rp. 5.510.000
4.	Oktober	Rp. 10.000.000	Rp. 6.745.000
5.	November	Rp. 10.000.000	Rp. 4.980.000
6.	Desember	Rp. 10.000.000	Rp. 4.260.000
7.	Januari	Rp. 10.000.000	Rp. 4.150.000
TOTAL			Rp. 40.015.000

Sumber : Data Primer, 2020-2021

Berdasarkan dari Tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa *chronos cafe* sedang mengalami penurunan penjualan (penjualan yang kurang sempurna). Hal ini bisa saja disebabkan karena kepuasan pelanggan yang dikarenakan pelanggan merasa kurang puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan, yang mengakibatkan turunnya minat beli dan mengakibatkan perusahaan mengalami penurunan penjualan. Dari data tersebut penjualan terbesar terjadi pada bulan Agustus yaitu sebesar Rp. 7.570.000 dan penjualan terkecil ada di bulan Januari yang sebesar Rp. 4.150.000. Walau penjualan terbesar Rp.7.570.000 tetapi tidak mencapai target yang di inginkan yaitu sebesar Rp.10.000.000. jika saja penjualan mengalami penurunan terus menerus maka mengakibatkan perusahaan akan mengalami kebangkrutan. Dilihat dari adanya dampak tersebut maka perlu adanya strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan agar perusahaan dapat mempertahankan para pelanggannya supaya perusahaan tidak mengalami kebangkrutan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut: (1) Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Chronos Cafe* di Surabaya? (2) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Chronos Cafe* di Surabaya? (3) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Chronos Cafe* di Surabaya? Dengan adanya rumusan masalah, maka tujuan penelitian sebagai berikut: (1) untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada *Chronos Cafe* di Surabaya. (2) untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Chronos Cafe* di Surabaya. (3)

untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Chronos Cafe* di Surabaya.

Lokasi

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:63), yang dimaksud dengan lokasi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia sarana lokasi merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung untuk menjadikan produk atau jasa yang siap untuk digunakan dan dikonsumsi. Menurut Kasmir (2009:129), lokasi adalah tempat melayani konsumen, atau sebuah tempat untuk memperlihatkan barang dagangannya.

Kualitas Layanan

Menurut Vargo dan Lusch dalam Tjiptono (2012:3), yang dimaksud dengan kualitas layanan adalah "*service is an interactive process of doing something for someone*". Menurut Tjiptono (2008:85), kualitas layanan dipandang sebagai faktor komponen penting yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena berpengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan mengurangi kemungkinan pelanggan lama tidak mencari perusahaan lain.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345), harga adalah beberapa uang yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan manfaat dari menggunakan produk atau jasa. Menurut Kotler (2012:345), yang menegaskan arti dari harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan menggunakan produk dan jasa yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai keuntungan maksimalnya.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Sunyoto (2015:140), kepuasan konsumen adalah salah satu alasan dimana konsumen akan memutuskan untuk berbelanja di suatu tempat. Kalau konsumen merasa puas dengan suatu produk, konsumen akan terus-menerus membeli dan memberitahukan orang lain tentang produk perusahaan tersebut. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:181) kepuasan konsumen dijelaskan sebagai suatu keadaan yang mana harapan konsumen kepada produk sesuai dengan kenyataan yang diterima konsumen. Jika sebuah produk tersebut tidak melampaui ekspektasi konsumen, konsumen akan kecewa, dan sebaliknya jika produk memenuhi ekspektasi konsumen, konsumen akan merasakan kepuasan.

Penelitian Terdahulu

Bailia (2014) meneliti tentang pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan. Hasil dari penelitian menunjukkan Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Efnita (2017) meneliti tentang Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil dari penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Lokasi, Variasi Produk, dan Kualitas Pelayanan sedangkan terdapat pengaruh negatif antara variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

Manampiring et al (2016) meneliti tentang Analisis Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil dari penelitian menunjukkan Lokasi tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sedangkan Bauran Produk, Harga, dan Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen..

Firdyansyah (2017) meneliti tentang pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil dari penelitian menunjukkan Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Putra et al (2017) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil dari penelitian menunjukkan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

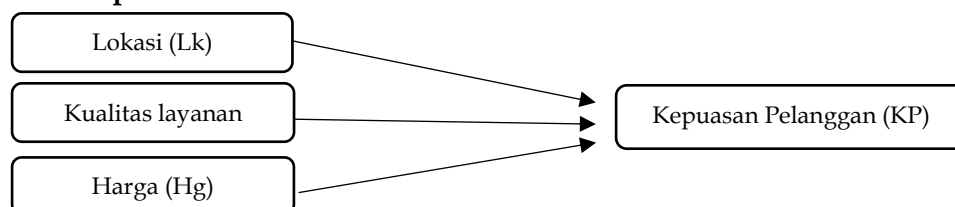
Hidayat dan Firdaus (2014) meneliti tentang Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Pelayanan dan Harga Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan tidak terbukti. Sedangkan Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan adalah terbukti.

Sulistiyana et al (2015) meneliti tentang Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil dari penelitian menunjukkan Fasilitas Wisata dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Gofur (2019) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

Rondonawu (2013) meneliti tentang Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil dari penelitian menunjukkan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sedangkan Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Rerangka Konseptual



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

H₁ : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H₂ : Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H₃ : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran Dari Populasi (Objek) Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory research* dengan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuisioner. Menurut Sugiyono (2014:23) penelitian kuantitatif merupakan metode dalam penelitian berdasarkan pada kenyataan, gejala ataupun fenomena yang mungkin dapat digunakan meneliti populasi tertentu. Tujuan dari penelitian ini untuk menemukan hubungan antara variabel dan objek dalam penelitian yang bersifat sebab akibat.

Gambaran dari Populasi Penelitian

Populasi yang digunakan peneliti pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen atau pengunjung *Chronos Cafe*. Melihat dari banyaknya pelanggan sehingga tidak diketahui jumlahnya maka populasi dalam penelitian ini sulit dicari batasannya.

Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2014:149) sampel adalah bagian yang terdiri dari karakteristik dan jumlah yang di miliki oleh suatu populasi. Melihat banyaknya populasi sehingga tidak diketahui jumlahnya secara pasti atau disebut bersifat infinite. Dengan populasi yang tidak diketahui jumlahnya, maka jumlah sampel ditentukan menggunakan formula *lemeshow*. Teknik sampel yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *non probability sampling*,

yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi berbagai unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pengambilan sampel dengan model accidental sampling, yang dimana saat mengunjungi *Chronos Cafe* yang kebetulan bertemu dengan peneliti sebanyak 98 orang kemudian dijadikan sebagai sampel atau sumber data dengan syarat memenuhi kriteria yang telah ditentukan yaitu sampel merupakan konsumen di *Chronos Cafe* dan sudah membeli produk serta menggunakan jasa *Chronos Cafe*.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan yaitu data subyek dan sumber data yang digunakan yaitu data primer. Data yang diperoleh, dikumpulkan, dan diolah secara langsung dari para responden melalui kuisioner yang telah disebarakan kepada pengunjung *Chronos cafe*.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah disusun, variabel dalam penelitian ini meliputi: (a) Variabel independen : Lokasi, Kualitas Layanan dan Harga. (b) Variabel dependen: Kepuasan Pelanggan.

Definisi Operasional Variabel

Lokasi (Lok)

Lokasi adalah faktor penting dalam sebuah bisnis, lokasi yang tepat memudahkan *Chronos Cafe* dalam menyalurkan atau menjual produknya kepada pelanggan dengan mudah dan tepat. Seperti yang dijelaskan oleh Kasmir (2009:129) dan Tjiptono (2012:183) indikator untuk mengukur lokasi yaitu: (a) Akses lokasi (b) Visibilitas lokasi (c) Tempat parkir (d) Kedekatan lokasi.

Kualitas layanan (Kly)

Kualitas layanan adalah sebuah langkah yang penting untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan kualitas layanan atau jasa secara optimal. Salah satu strategi *Chronos Cafe* agar para pelanggan sangat puas yaitu pemilihan pada kualitas layanan yang baik dan memuaskan. Seperti yang dijelaskan oleh Tjiptono (2014:282) indikator untuk mengukur kualitas layanan yaitu: (a) Relabilitas dan kemampuan untuk memberikan suatu layanan yang memuaskan (b) Daya tanggap kemampuan untuk memberikan informasi secara tepat (c) Empati komunikasi yang baik dan kemudahan berelasi (d) Bukti fisik yang diberikan perusahaan pada konsumen.

Harga (Hg)

Harga merupakan faktor penting dimana pelanggan akan benar-benar memilih produk yang sesuai dengan harganya, pelanggan akan mengeluarkan sejumlah uang untuk mendapatkan keuntungan dan kepuasan atas suatu produk yang ditawarkan oleh *Chronos Cafe*. Seperti yang dijelaskan oleh Kotler dan Armstrong (2012:287) indikator untuk mengukur harga yaitu : (a) Keterjangkauan harga (b) Ketetapan harga produk (c) Kemampuan saing harga (d) Ketepatan harga terhadap manfaat (e) Keluasan proses pembayaran.

Kepuasan Pelanggan (KP)

Kepuasan pelanggan adalah kunci penting untuk mensejahterakan *Chronos Cafe* yang bernaung di bidang utama jasa atau layanan, kepuasan pelanggan lebih tertuju kepada perasaan senang atau kecewa dari pelanggan yang timbul setelah membandingkan produk atau jasa dari konsumen pikirkan dengan apa yang mereka harapkan. Seperti yang dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2012:140) indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan

yaitu : (a) Pembelian kembali (b) Menciptakan *word of mouth* (c) Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama.

Dalam penelitian ini alat pengukur variabel yang digunakan yaitu Skala Likert. Skala Likert berisikan pertanyaan yang dijawab dengan rentang skala 1-5 dan mempunyai bobot sebagai berikut:

Tabel 2
Skala Likert

No.	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Cukup Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Data Sekunder, 2014

Teknik Analisis Data

Menurut Sugiono (2016:147), teknik analisis data di dalam penelitian kuantitatif merupakan kegiatan setelah data terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan responden yang berbeda, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, menghitung hipotesis yang diajukan.

Analisis Statistik Deskriptif

Seperti pernyataan Sugiyono (2016:147) yang menyatakan bahwa analisis statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk melakukan analisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagai adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur ketetapan data sejauh mana item pernyataan yang digunakan dalam menguji model penelitian. Kusioner akan dikatakan valid jika pernyataan pada kusioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kusioner (Ghozali, 2011:45). Instrument akan dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar r_{tabel} dan dikatakan tidak valid apabila r_{hitung} lebih kecil tabel. Taraf signifikan kurang dari 5% (*level of significance*) yang berarti pernyataan-pernyataan yang ada pada kusioner sah dan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kusioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kusioner dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016:47). Metode dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 25. Variabel akan dikatakan reliable apabila mempunyai nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,70.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan teknik mendeskripsikan pengaruh linier antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Model regresi linear berganda deterministik dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$KP = \alpha + b_1Lk + b_2Kly + b_3Hr + e_1$$

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah proses uji yang dilakukan untuk menguji variabel yang akan dipakai dalam model regresi memiliki distribusi normal dengan tidak. Uji normalitas menggunakan pendekatan *Kolmogorov Smirnov* menurut Santoso (2011:214) dasar pengambilan keputusan yaitu: (a) Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka data penelitian berdistribusi normal (b) Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka data penelitian tidak berdistribusi normal. Sedangkan, uji normalitas menggunakan pendekatan grafik diisyaratkan dengan distribusi data penelitian harus mengikuti garis diagonal antara 0 dan pertemuan antara sumbu X dan Y. Apabila penyebaran data (titik) diseputar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas (Santoso, 2011:214).

Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah pada model regresi terdapat korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2016:103). ada cara mendeteksi dengan tidak adanya multikolinieritas pada model regresi, dengan melihat nilai dari *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) sebagai berikut: (a) Jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ dan $VIF \geq 10$, maka adanya korelasi yang begitu besar antar satu variabel independen dengan variabel independen yang lain sehingga terjadi multikolinieritas. (b) Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan $VIF \leq 10$, maka tidak terjadinya multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apa adakah heteroskedastisitas pada model regresi linear berganda dengan melihat grafik *scatterplot*. Menurut pernyataan Ghozali (2011:139), yang menyatakan bahwa dasar analisis agar melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas sebagai berikut: (a) Apabila ada plot tertentu seperti titik-titik berbentuk pola secara beraturan seperti menyempit, melebar dan bergelombang maka dapat disimpulkan terjadinya heteroskedastisitas. (b) Apabila pola tidak berbentuk secara teratur dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dapat disimpulkan tidak terjadinya heteroskedastisitas.

Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model digunakan untuk bertujuan melihat apakah model yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan model tinggi yaitu variabel-variabel yang digunakan mampu untuk menjelaskan fenomena yang dianalisis (Ghozali, 2016:95).

Uji F

Dalam penelitian ini uji F digunakan guna menguji kelayakan model yang dihasilkan menggunakan taraf signifikan sebesar 0,05 atau 5%. Adapun kriteria dalam pengujian ini sebagai berikut: (a) apabila nilai $\text{sig } F \geq 0,05$ maka variabel lokasi, harga dan kualitas produk tidak layak digunakan sebagai model penelitian (b) apabila nilai $\text{sig } F \leq 0,05$ maka variabel lokasi, harga dan kualitas produk layak digunakan sebagai model penelitian.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini yang bertujuan untuk mengukur berapa jauh kemampuan model ini dapat menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011:97). Uji ini adalah pengujian data yang dilakukan agar menentukan pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Jika R^2 mendekati 1 atau 1, maka kontribusi dari lokasi, kualitas layanan, dan harga semakin besar terhadap kepuasan pelanggan sehingga model akan layak digunakan, dan apabila R^2 mendekati 0, maka kontribusi dari lokasi, kualitas layanan, dan harga semakin kecil terhadap kepuasan pelanggan sehingga model tidak layak untuk digunakan.

Uji Hipotesis

Uji statistik t dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel lokasi, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Variabel bebas secara individual mampu menerangkan variasi variabel terikat secara jauh (Ghozali, 2011:98). Nilai signifikan yang digunakan sebesar 0,05 atau 5%. Dan ada juga kriteria dalam hasil penolakan atau penerimaan seperti berikut: (a) Jika nilai signifikansi t lebih besar 0,05, maka hipotesis penelitian akan ditolak yang artinya lokasi, kualitas layanan, dan harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (b) Jika nilai signifikansi t lebih kecil maka hipotesis penelitian akan diterima yang artinya lokasi, kualitas layanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 3
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Lokasi (Lk)	Lk1	0,771	0,1671	Valid
	Lk2	0,714	0,1671	Valid
	Lk3	0,799	0,1671	Valid
	Lk4	0,652	0,1671	Valid
Kualitas Layanan (KLy)	KLy1	0,783	0,1671	Valid
	KLy2	0,718	0,1671	Valid
	KLy3	0,697	0,1671	Valid
	KLy4	0,770	0,1671	Valid
Harga (Hg)	Hg1	0,734	0,1671	Valid
	Hg2	0,747	0,1671	Valid
	Hg3	0,623	0,1671	Valid
	Hg4	0,600	0,1671	Valid
	Hg5	0,807	0,1671	Valid
	Hg6	0,420	0,1671	Valid
	Hg7	0,627	0,1671	Valid
Kepuasan Pelanggan (KP)	KP1	0,797	0,1671	Valid
	KP2	0,902	0,1671	Valid
	KP3	0,784	0,1671	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan pada Tabel 3 diatas menyatakan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dalam mengukur variabel lokasi, kualitas layanan, harga dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan seluruh pernyataan memperoleh nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . R_{tabel} didapatkan dari rumus yang tersedia yaitu $df = n-2$, dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05 atau 5%. Jadi dari $98-2= 96$, maka nilai r_{tabel} nya adalah 0,1671.

Uji Reliabilitas

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Lokasi	0,712	Reliabel
Kualitas layanan	0,709	Reliabel
Harga	0,769	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,771	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Pada Tabel 4 yang menunjukkan setiap variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,70. Maka dari itu dapat disimpulkan setiap pernyataan dari tiap variabel dikatakan reliabel dan layak untuk digunakan.

Hasil Statistik Deskriptif
Deskriptif Statistik Responden

Pada penelitian ini terdapat 98 responden yang merupakan pengunjung yang pernah membeli produk dan menggunakan jasa Chronos Cafe. Karakter responden diuraikan menjadi beberapa karakteristik, yang meliputi jenis kelamin, pekerjaan, dan usia. Berikut ini merupakan karakteristik responden penelitian berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, dan usia yang dapat diuraikan sebagai berikut:

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 5
Karakteristik Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	57	58,2%
Perempuan	41	41,8%
Total	98	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 6
Karakteristik Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	53	54,1%
Pegawai Swasta	36	36,7%
Wiraswasta	6	6,1%
Lainnya	3	3,1%
Total	98	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 7
Karakteristik Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17-22 Tahun	47	48%
23-28 Tahun	35	35,7%
29-34 Tahun	10	10,2%
>35 Tahun	6	6,1%
Total	98	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Deskripsi Tanggapan Responden

Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Lokasi (Lok)

Tabel 8
Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Lokasi (Lk)

No	Pernyataan	Frekuensi					Total	N	Mean
		SS	S	CS	TS	STS			
1	Lk1	17	39	24	17	1	348	98	3,55
2	Lk2	16	33	32	16	1	341	98	3,48
3	Lk3	20	36	26	10	6	348	98	3,55
4	Lk4	12	21	34	25	6	302	98	3,08
Mean									3,42

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Kualitas Layanan (Kly)

Tabel 9
Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Kualitas Layanan (Kly)

No	Pernyataan	Frekuensi					Total	N	Mean
		SS	S	CS	TS	STS			
1	KLy1	14	33	31	17	3	332	98	3,39
2	KLy2	13	32	35	14	4	330	98	3,37

3	KLy3	15	39	30	14	0	319	98	3,56
4	KLy4	17	31	35	13	2	342	98	3,49
Mean									3,45

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Harga (Hg)

Tabel 10

Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Harga (Hg)

No	Pernyataan	Frekuensi					Total	N	Mean
		SS	S	CS	TS	STS			
1	Hg1	18	45	27	6	2	365	98	3,72
2	Hg2	21	45	24	5	3	370	98	3,78
3	Hg3	19	43	30	5	1	368	98	3,76
4	Hg4	19	49	23	7	0	374	98	3,82
5	Hg5	26	45	14	6	7	371	98	3,79
6	Hg6	19	29	30	18	2	339	98	3,46
7	Hg7	26	38	22	6	6	366	98	3,73
Mean									3,72

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Kepuasan Pelanggan (KP)

Tabel 11

Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Kepuasan Pelanggan (KP)

No	Pernyataan	Frekuensi					Total	N	Mean
		SS	S	CS	TS	STS			
1	KP1	15	44	27	12	0	356	98	3,63
2	KP2	11	35	34	11	7	326	98	3,33
3	KP3	21	36	31	6	4	358	98	3,65
Mean									3,54

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Hasil Analisis Inferensial

Hasil Regresi Linier Berganda

Tabel 12

Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,527	1,607		,328	,744		
TotalLk	,144	,072	,172	2,009	,047	,986	1,014
TotalKLy	,285	,080	,327	3,548	,001	,852	1,173
TotalHg	,164	,050	,302	3,296	,001	,863	1,159

a. Dependent Variable: TotalKP

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Tabel 12 menunjukkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$KP = 0,527 + 0,144 Lk + 0,285 Kly + 0,164 Hg + e_1$$

hasil dari persamaan regresi linier berganda diatas menyatakan penjelasan bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 0,527, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari lokasi, kualitas layanan, dan harga bersifat konsta atau tetap, hal ini berarti *Chronos Cafe* harus meningkatkan lokasi, kualitas layanan, dan harga agar kepuasan pelanggan meningkat.
- Koefisien regresi lokasi (lk) sebesar 0,144 dan menunjukkan arah hubungan positif antara variabel lokasi dan kepuasan pelanggan. Hal ini memiliki arti bahwa semakin

meningkatkan lokasi maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan *Chronos Cafe*. Jadi dengan adanya lokasi yang ditawarkan akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan kosnumen *Chronos Cafe*.

- c. Koefisien regresi kualitas layanan (KLy) sebesar 0,285, hal ini menunjukkan arah hubungan positif antara variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin meningkatkan kualitas layanan maka akan dipastikan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan *Chronos Cafe*. Jadi dengan adanya kualitas layanan yang semakin baik dan meningkat maka akan berpengaruh baik juga terhadap kepuasan pelanggan *Chronos Cafe*.
- d. Koefisien regresi harga (Hg) sebesar 0,164 yang menunjukkan arah positif antara variabel harga dan kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat diartikan jika semakin meningkatkan harga maka otomatis juga akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan *Chronos Cafe*. Jadi dengan adanya harga yang ditawarkan maka akan berpengaruh juga terhadap kepuasan pelanggan *Chronos Café*.
- e. Error yang menunjukkan besarnya pengaruh variabel lain terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Uji Asumsi Klasik
Hasil Uji Normalitas

Tabel 13
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

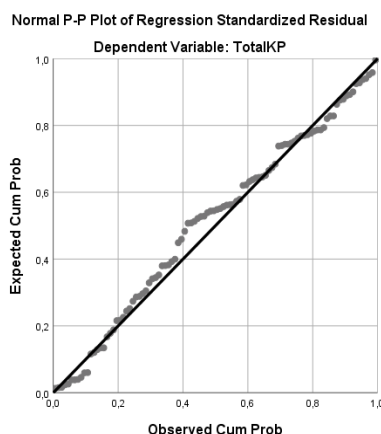
		Unstandardized Predicted Value
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	10,6122449
	Std. Deviation	1,38537698
Most Extreme Differences	Absolute	,052
	Positive	,052
	Negative	-,048
Test Statistic		,052
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 13 yang disajikan di atas , memperlihatkan bahwa nilai asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang dapat diartikan di atas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal dan layak digunakan untuk penelitian dan memenuhi asumsi normalitas.

Hasil uji normalitas dengan metode pendekatan grafik dengan program SPSS versi 25.0 sebagai berikut:



Sumber : Data Primer diolah, 2021

Gambar 2
Uji Normalitas Grarik P-P Plot

Berdasarkan pada hasil diatas dapat dilihat bahwa penyebaran data (titik) disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga menunjukkan bahwa pola data telah berdistribusi secara normal sehingga memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Uji Multikolinearitas

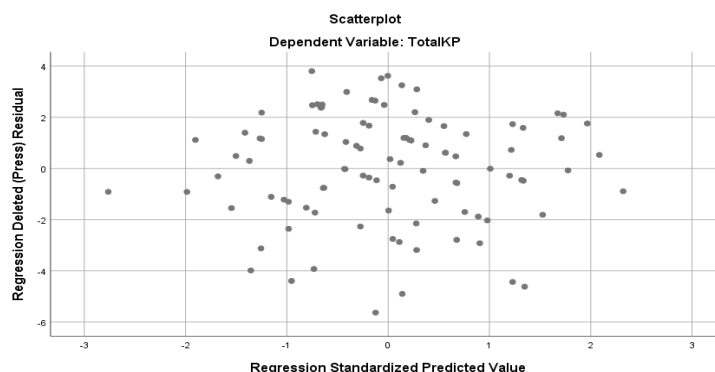
Tabel 14
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)			
TotalLk	,986	1,014	Tidak Terjadi Multikolinearitas
TotalKLy	,852	1,173	Tidak Terjadi Multikolinearitas
TotalHg	,863	1,159	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 14 tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai *tolerance* dari tiap variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) lebih kecil dari 10. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas atau tidak adanya korelasi dari tiap variabel lokasi, kualitas layanan, dan harga, sehingga semua variabel independen di dalam penelitian ini bebas multikolinearitas sehingga variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer diolah, 2021

Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 3 grafik scatterplot yang menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak dan berada diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka dapat disimpulkan bahwa pada tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi di dalam penelitian ini. Sehingga regresi layak untuk digunakan dalam memprediksi kepuasan pelanggan berdasarkan variabel yang mempengaruhi lokasi, kualitas layanan, dan harga.

Hasil Uji Kelayakan Model

Hasil Uji F

Tabel 15
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	186,169	3	62,056	14,616	,000 ^b	

Residual	399,096	94	4,246		
Total	585,265	97			

a. Dependent Variable: TotalKP
 b. Predictors: (Constant), TotalHg, TotalLk, TotalKLy
 Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan pada Tabel 15 tersebut dapat dilihat bahwa nilai Fhitung dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sebesar 14,616 yang menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan untuk analisis berikutnya dan berdasarkan tingkat signifikasinya, maka dapat disimpulkan tiap variabel yang terdiri dari lokasi, kualitas layanan, dan harga, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa naik turunnya tingkat kepuasan pelanggan ditentukan dari seberapa besar pengaruh lokasi, kualitas layanan, dan harga yang diberikan oleh Chronos Cafe.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,564 ^a	,318	,296	2,061

a. Predictors: (Constant), TotalHg, TotalLk, TotalKLy
 b. Dependent Variable: TotalKP
 Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 16 di atas dapat dilihat bahwa hasil R square sebesar 0,318 atau 31,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh lokasi, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 31,8% dan sisanya 68,2% dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 17
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,527	1,607		,328	,744		
	TotalLk	,144	,072	,172	2,009	,047	,986	1,014
	TotalKLy	,285	,080	,327	3,548	,001	,852	1,173
	TotalHg	,164	,050	,302	3,296	,001	,863	1,159

a. Dependent Variable: TotalKP
 Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan pada hasil uji t pada Tabel 17, dapat diuraikan sebagai berikut:

- Hasil uji statistik t pada variabel lokasi mendapatkan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,047 yang < dari 0,05 sehingga hasil ini menjelaskan bahwa hipotesis pertama (H1) yaitu lokasi direrima, maka berarti variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Chronos Cafe. Maka dapat diartikan bahwa semakin mudahnya lokasi dijangkau akan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap Chronos Cafe.
- Hasil uji statistik t pada variabel Kualitas layanan mendapatkan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,01 yang < dari 0,05 sehingga hasil ini menjelaskan bahwa hipotesis kedua (H₂) yaitu kualitas layanan diterima, maka berarti kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Chronos Cafe. Maka dapat diartikan

bahwa semakin baiknya kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap *Chronos Cafe*.

- c. Hasil uji statistik t pada variabel harga mendapatkan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,01 yang < dari 0,05 sehingga hasil ini menjelaskan bahwa hipotesis ketiga (H_3) yaitu harga direrima, maka berarti variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Chronos Cafe*. Maka dapat diartikan bahwa semakin terjangkau harga akan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap *Chronos Cafe*.

PEMBAHASAN

Lokasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian

lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hal ini menjelaskan harga memiliki hubungan yang searah dengan kepuasan pelanggan, yang artinya jika lokasi yang mudah dijangkau maka akan mengalami peningkatan juga pada kepuasan pelanggan. Lokasi yang telah diberikan oleh *Chronos Cafe* mudah dijangkau oleh sebagian besar konsumen atau pelanggan dan memiliki tempat parkir yang cukup luas untuk kenyamanan sebagian besar konsumen, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada *Chronos Cafe*.

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Bailia et al (2014) dan Efnita (2017) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen. Tetapi tidak senada dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Manampiring (2014) yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas Layanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas layanan memiliki pengaruh hasil positif dan signifikan. Hal ini menjelaskan kualitas layanan memiliki hubungan yang searah dengan kepuasan pelanggan, yang artinya jika kualitas layanan semakin baik maka akan mengalami peningkatan juga pada kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang telah diberikan oleh *Chronos Cafe* cukup ramah dalam melayani konsumen dan memiliki hal yang cukup disukai oleh sebagian besar konsumen yaitu empati komunikasi yang baik dan kemudahan berelasi, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada *Chronos Cafe*.

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Firdyansyah (2017) dan Putra et al (2017) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen. Tetapi tidak senada dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Firdaus (2014) yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah tidak terbukti.

Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian

Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hal ini menjelaskan harga memiliki hubungan yang searah dengan kepuasan pelanggan, yang artinya jika harga yang semakin terjangkau maka akan mengalami peningkatan juga pada kepuasan pelanggan. harga yang telah diberikan oleh *Chronos Cafe* cukup terjangkau dalam berbagai kalangan para konsumen dan memiliki hal yang cukup disukai oleh sebagian besar konsumen yaitu harga minuman *Chronos Cafe* sesuai dengan rasa yang ditawarkan, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada *Chronos Cafe*.

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sulistiyana et al (2015) dan Gofur (2019) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Tetapi tidak senada dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rondonowu (2013) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Chronos Cafe*. Hal ini menandakan bahwa lokasi yang mudah dijangkau dan akses tempat parkir yang luas dapat meningkatkan rasa kepuasan pelanggan. (2) Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Chronos Cafe*. Hal ini menandakan bahwa pelayanan yang baik dan ramah dalam melayani konsumen dapat meningkatkan rasa kepuasan pelanggan. (3) Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Chronos Cafe*. Hal ini menandakan bahwa harga minuman yang sesuai dengan yang ditawarkan dapat meningkatkan rasa kepuasan pelanggan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih memiliki keterbatasan, yaitu sebagai berikut: (1) Penelitian ini hanya menggunakan 3 (tiga) variabel independen yaitu lokasi, kualitas layanan, dan harga, sedangkan masih banyak lagi faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. (2) Penelitian ini ada keterbatasan waktu maka waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner tanpa ada wawancara yang bisa memberikan informasi secara lengkap sehingga beberapa jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan konsumen yang sebenarnya.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh lokasi, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Chronos Cafe*, ada beberapa saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut: (1) Bagi *Chronos Cafe* sebaiknya dapat memperhatikan lagi lokasi seperti papan nama *Chronos Cafe* yang kurang jelas agar mudah ditemukan untuk bagi pelanggan baru yang pertama kali ke *Chronos Cafe* dan meluaskan lagi tempat parkir yang telah disediakan, karena hal tersebut dapat membuat konsumen merasa nyaman dan tertarik sehingga meningkatkan rasa kepuasan pelanggan. (2) Bagi *Chronos Cafe* sebaiknya dapat memperhatikan lagi kualitas layanan seperti pelayanan yang telah diberikan oleh *Chronos Cafe* lebih ditingkatkan lagi dan memberikan penjelasan informasi produk yang ditawarkan kepada para pelanggan dengan lebih tepat dan tanggap, karena hal tersebut dapat membuat konsumen merasa nyaman dan tertarik sehingga meningkatkan rasa kepuasan pelanggan. (3) Bagi *Chronos Cafe* sebaiknya dapat memperhatikan lagi harga seperti harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan pelanggan agar semua pelanggan dari berbagai kalangan dapat menikmati produk dan jasa yang ditawarkan *Chronos Cafe* dan memperhatikan lagi dengan harga yang sesuai dengan manfaat yang didapatkan para konsumen agar para konsumen dapat merasakan kepuasan dengan manfaat yang didapatkan dari harga yang sudah ditetapkan oleh *Chronos Cafe*, karena hal tersebut dapat membuat konsumen merasa nyaman dan tertarik sehingga meningkatkan rasa kepuasan pelanggan. (4) Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya penelitian yang akan dilakukan menambahkan variabel lain yang belum digunakan dan menambahkan variabel bebas yang belum digunakan dalam penelitian ini untuk diteliti lebih lanjut lagi dengan demikian akan menambah temuan terbaru dimasa depan yang bisa menjadi rujukan perusahaan dalam meningkatkan rasa kepuasan pelanggan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Bailia, J. F. T., A. S. Soegoto., dan S. S. R. Loindong. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung-Warung Makan Lamongan di Kota Manado. *Jurnal EMBA* 2(3): 1768-1780.
- Efnita, T. 2017. Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. *Jurnal AdBispreneur* 2(2): 107-115.

- Firdyansyah, I. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektronik* 1(1): 1-9.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi Kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gofur, A. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Reset Manajemen dan Bisnis* 4(1): 37-44.
- Hidayat, D. R. dan Firdaus, M. R. 2014. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Telkom Speedy Di Palangka Raya. *Jurnal Wawasan Manajemen* 2(3): 237-249.
- Kasmir. 2009. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Edisi Kedua. Kencana. Jakarta.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2008. *Principle Of Marketing*. Twelfth Edition. Prentice Hall. USA. Terjemahan B. Sabran. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jilid 1 dan 2. Erlangga. Jakarta
- _____. 2012. *Principle Of Marketing*. Thirteenth Edition. Prentice Hall. USA. Terjemahan A. Sindoro. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Impelentasi, dan Pengendalian*. Jilid Dua. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Putra, S. D., S. Sumowo., dan Anwar. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Usaha Rumahan Kerupuk Ikan Super Besuki Situbondo. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indosnesia* 3(1): 99-117.
- Rondonuwu, P. D. 2013. Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada PT Wihana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA* 1(4): 718-728.
- Sangadji, E. M. dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan Pertama. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sulistiyana, R. T., D. Hamid., dan D. F Azizah. 2015. Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Pada Museum Satwa. *Jurnal Administrasi Bisnis* 25(1): 1-9.
- Sunyoto, D. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Pertama. PT Buku Seru. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Andi Offset. Jogjakarta.
- _____. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Andy Offset. Yogyakarta.
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Peneltian*. Andy Offset. Yogyakarta.
- Manampiring, A. S., W. J. A. F. Tumbuan., dan R. S. Wenas. 2016. Analisa Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit PT Bank Mandiri Tbk Manado. *Jurnal EMBA* 4(2): 164-176.