

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN PAWON NGAMPON TRENGGALEK

Handika Sofianzah<sup>1</sup>, Ema Nurzainul Hakimah<sup>2</sup>  
1Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri  
Jl. KH Ahmad Dhlan No. 76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112  
[handikasofianzah35@gmail.com](mailto:handikasofianzah35@gmail.com)  
[emahakimah@unpkediri.ac.id](mailto:emahakimah@unpkediri.ac.id)

### Abstract

*The motivation of this research is the increasing number of companies engaged in seafood culinary. With the increasing number of competitors in the seafood culinary business, it can make business competition even tougher. In order to remain competitive, culinary business actors must be able to provide what consumers want, such as providing consumers with high quality, fast and responsive service, providing a very strategic location and providing high quality products. This study aims to analyze the effect of partially or simultaneously service quality, location, and product quality on customer satisfaction at Pawon Ngampon restaurant. The population in this study were all consumers of Pawon Ngampon restaurant. In this study, the sample taken was 85 respondents from an unlimited number of people. The sampling technique used is accidental sampling, that is, anyone who happens to meet the researcher at the research location. The results showed that service quality, location, and product quality had a significant partial or simultaneous effect on consumer satisfaction at Pawon Ngampon Restaurant.*

**Keywords:** Service Quality, Location, Product Quality and Consumer Satisfaction

### Abstrak

*Motivasi penelitian ini adalah semakin banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang kuliner seafood. Dengan bertambahnya jumlah pesaing dalam bisnis kuliner seafood, bisa membuat persaingan antar bisnis semakin ketat. Supaya tetap bertahan dalam kompetitif, pelaku usaha kuliner harus mampu memberikan produk yang sesuai keinginan konsumen, seperti memberikan konsumen kualitas pelayanan bermutu tinggi, cepat dan tanggap, menyediakan lokasi yang sangat strategis dan menyediakan produk yang bermutu tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis adakah pengaruh secara parsial maupun simultan antara kualitas pelayanan, lokasi serta kualitas produk terhadap konsume restoran Pawon Ngampon. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen rumah makan Pawon Ngampon. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah 85 responden berdasarkan jumlah orang yang tidak terbatas, dengan teknik pengambilan sampel yaitu accidental sampling, yakni siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti pada lokasi penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, lokasi, dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Pawon Ngampon.*

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen

### PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangannya usaha di bidang kuliner cukup pesat, dengan jumlah pelaku usaha yang terus bertambah untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pelaku usaha kian menghadapi tantangan untuk memenuhi selera pangasa pasar yang mereka inginkan. Menurut Adhi Lukman dari ketua GAPMMI (2021), pertumbuhan industri pangan olahan di perkirakan bisa tumbuh antara 5-7%. Persaingan dunia bisnis yang ketat dapat menuntut para pebisnis agar lebih mampu bersaing. Oleh karenanya pelaku usaha harus dapat memperhatikan peluang serta menentukan strategi yang tepat guna memenangkan persaingan tersebut.

Banyaknya pilihan industri warung makan di Trenggalek khususnya di Kecamatan Trenggalek dapat memudahkan para konsumen untuk memilih makan atau membeli di warung satu dengan warung lainnya yang menurutnya lebih enak. Trenggalek adalah daerah yang sebagian wilayahnya laut maka dari itu banyak rumah makan di trenggalek yang menjual olahan seafood dari hasil laut. Dengan perkembangan konsep kuliner soeafood dan resto yang semakin modern sehingga muncul karakteristik baru pada benak konsumen yang akan semakin selektif serta kritis dalam menentukan pilihan dalam

membeli. Selain hal tersebut, perkembangan sosial media bisa menjadi penyebab konsumen lebih selektif dalam menentukan tempat makan yang mempunyai konsep yang unik. Para konsumen bukan hanya memenuhi atau memuaskan kebutuhan makanan dan minuman, akan tetapi para konsumen juga gemar mengabadikan moment saat makan di tempat yang menarik dan unik serta kemudian akan mengunggahnya ke media sosial. Konsumen yang merasa sangat puas pada umumnya akan membeli lebih banyak pada saat perusahaan mengeluarkan produk baru.

Dalam meningkatkan kepuasan konsumen, faktor yang penting adalah sebuah pelayanan bagi konsumen, karena pelayanan memiliki peran yang sangat kompleks pada pelaku bisnis. Lewis dan Blooms menyatakan dalam Tjiptono (2010:153), kualitas pelayanan selaku uuran seberapa baik layanan yang mampu diberikan bisa tepat dengan ekspektasi para pelanggan. Oleh karenanya rumah makan Pawon Ngampon selalu memberikan kualitas pelayanan yang baik dengan keramahan serta sopan dan sanggup melayani konsumen dengan cepat tanggap agar mereka merasakan kepuasan. Nainggolan (2016) telah membuktikan dalam penelitiannya bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh pada kepuasan para konsumen.

Selanjutnya aspek lokasi juga bisa sebagai aspek guna menentukan kepuasan konsumen. Dalam memilih jangkauan lokasi yang mudah dicapai konsumen bisa dijadikan salah satu strategi yang perlu dilakukan oleh para pemilik usaha. Individu maupun kelompok orang sering kali memilih rumah makan yang berlokasi tidak jauh dari lokasi yang dikunjungi. Pemilihan lokasi strategis menurut (Tjiptono, 2001), adalah lokasi yang berdekatan dengan pusat perbelanjaan, berdekatan dengan pemukiman penduduk, nyaman serta aman bagi konsumen, menyediakan berbagai fasilitas yang mendukung, yaitu seperti lahan parkir, serta faktor-faktor lainnya. Penelitian terdahulu yang dilakukan Bailia (2014), menunjukkan hasil bahwa lokasi mampu mempengaruhi secara signifikan pada kepuasan pelanggan pada warung makan Lamongan di Kota Manado.

Aspek yang lain yakni kualitas suatu produk, merupakan hal yang perlu di perhatikan karena kualitas produk menentukan kepuasan konsumen. Dalam melaksanakan proses bisnis, baik merupakan jasa maupun produk yang hendak dijual perlu memiliki kualitas terbaik serta sesuai keinginan konsumen. Kualitas produk yang baik dapat membantu perusahaan mempertahankan usahanya serta mampu untuk bersaing dengan lainnya. Selain hal itu, kualitas produk diharapkan bisa terus ditingkatkan, sebab peningkatan kualitas produk yang secara otomatis akan mempengaruhi dalam hal kepuasan konsumen. Sama halnya pembuktian oleh penelitian Saidani (2017), yang mempunyai hasil kepuasan pembelian pada Ranch Market, salah satunya mampu dipengaruhi oleh kualitas produk.

Trenggalek bukan hanya daerah yang banyak pegunungannya, Trenggalek juga menyimpan banyak sekali laut yang indah, salah satu laut yang ada di trenggalek yaitu Prigi yang banyak akan hasil lautnya seperti ikan, cumi, kerang dan lain-lain. Di Rumah Makan Pawon Ngampon adalah salah satu Rumah Makan yang menjual olahan seafood yang letak lokasinya di Jl.kanjeng Jimat Rejowinangun kecamatan Trenggalek. Persaingan antar industri makanan yang yang terutama di olahan seafood di wilayah Trenggalek sekarang juga terlihat semakin kompetitif, perihal ini terbukti dengan mulai banyaknya industri makanan jenis seafood yang berada di Trengggalek. Sehingga pelaku usaha industri makanan di Trenggalek selalu berfikir bagaimana agar usaha tersebut tetap bertahan dari persaingan tersebut dan selalu berkembang untuk tetap mempertahankan konsumen.

Dengan semakin banyaknya usaha makanan tersebut sehingga dapat mempengaruhi sikap individu terhadap keputusan pembelian, keputusan tersebut dalam rangka guna memuaskan keinginan seorang konsumen. Dari tiga *independent variable* yang sedang di riset, yakni kualitas produk, lokasi, maupun kepuasan konsumen yang akan di pertimbangkan untuk diteliti ada atau tidaknya pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian latar belakang, penulis telah tertarik unruk melaksanakan penelitian skripsi dengan judul, " Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Rumah Makan Pawon Ngampon Trenggalek)".

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan metode kuantitatif dengan teknik penelitian kausal. Objek penelitian berlokasi pada Rumah Makan Pawon Ngampon Trenggalek. Dengan teknik sampling yaitu Purposive Sampling atau mempunyai karakter tertentu yang sesuai pada tujuan riset, serta menggunakan teknik analisis uji asumsi klasik dan analisis deskriptif.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBEHASAN

Tabel 1  
Hasil Uji Validitas

| Variabel  | Pernyataan       | r-Hitung | r-Tabel | Keterangan |
|-----------|------------------|----------|---------|------------|
| Kualitas  | X <sub>1.1</sub> | 0,782    | 0,213   | Valid      |
| Pelayanan | X <sub>1.2</sub> | 0,785    | 0,213   |            |

| Variabel          | Pernyataan        | r-Hitung | r-Tabel | Keterangan |
|-------------------|-------------------|----------|---------|------------|
| Lokasi            | X <sub>1.3</sub>  | 0,792    | 0,213   | Valid      |
|                   | X <sub>1.4</sub>  | 0,740    | 0,213   |            |
|                   | X <sub>1.5</sub>  | 0,752    | 0,213   |            |
|                   | X <sub>1.6</sub>  | 0,705    | 0,213   |            |
|                   | X <sub>1.7</sub>  | 0,669    | 0,213   |            |
|                   | X <sub>1.8</sub>  | 0,689    | 0,213   |            |
|                   | X <sub>1.9</sub>  | 0,647    | 0,213   |            |
|                   | X <sub>1.10</sub> | 0,654    | 0,213   |            |
|                   | X <sub>2.1</sub>  | 0,625    | 0,213   |            |
|                   | X <sub>2.2</sub>  | 0,654    | 0,213   |            |
| Kualitas Produk   | X <sub>2.3</sub>  | 0,789    | 0,213   | Valid      |
|                   | X <sub>2.4</sub>  | 0,774    | 0,213   |            |
|                   | X <sub>2.5</sub>  | 0,829    | 0,213   |            |
|                   | X <sub>2.6</sub>  | 0,728    | 0,213   |            |
|                   | X <sub>3.1</sub>  | 0,644    | 0,213   |            |
|                   | X <sub>3.2</sub>  | 0,712    | 0,213   |            |
|                   | X <sub>3.3</sub>  | 0,614    | 0,213   |            |
|                   | X <sub>3.4</sub>  | 0,693    | 0,213   |            |
|                   | X <sub>3.5</sub>  | 0,596    | 0,213   |            |
|                   | X <sub>3.6</sub>  | 0,550    | 0,213   |            |
| Kepuasan Konsumen | X <sub>3.7</sub>  | 0,484    | 0,213   | Valid      |
|                   | X <sub>3.8</sub>  | 0,545    | 0,213   |            |
|                   | Y <sub>1.1</sub>  | 0,756    | 0,213   |            |
|                   | Y <sub>1.2</sub>  | 0,770    | 0,213   |            |
|                   | Y <sub>1.3</sub>  | 0,780    | 0,213   |            |
|                   | Y <sub>1.4</sub>  | 0,853    | 0,213   |            |
|                   | Y <sub>1.5</sub>  | 0,648    | 0,213   |            |
|                   | Y <sub>1.6</sub>  | 0,789    | 0,213   |            |
|                   | Y <sub>1.7</sub>  | 0,728    | 0,213   |            |
|                   | Y <sub>1.8</sub>  | 0,649    | 0,213   |            |
| Y <sub>1.9</sub>  | 0,729             | 0,213    |         |            |
| Y <sub>1.10</sub> | 0,658             | 0,213    |         |            |

Sumber : data SPSS 2021

Kesimpulan dari tabel 1 bahwa seluruh item dari tiap indikator variabel dapat dinyatakan telah valid, sebab r hitung memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan nilai r tabel 0,213.

**Tabel 2**  
Hasil Uji Reabilitas

| Variabel                | Nilai Cronbach Alpha | Kriteria Nilai | Keterangan |
|-------------------------|----------------------|----------------|------------|
| Kepuasan Konsumen (Y)   | 0,775                | 0,6            | Reliabel   |
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0,775                | 0,6            |            |
| Lokasi (X2)             | 0,784                | 0,6            |            |
| Kualitas Produk (X3)    | 0,746                | 0,6            |            |

Sumber : Data SPSS 2021

Simpulan dari tabel 2 dapat dinyatakan seluruh variabel yang ada di penelitian ini reliabel, sebab nilai Cronbach Alphanya dari keseluruhan lebih dari nilai kriteria 0,60

**Tabel 3 :**  
Hasil Regresi Linier Berganda

| Model |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
|       |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |
| 1     | (Constant)         | 7.481                       | 2.815      |                           |
|       | kualitas pelayanan | .223                        | .080       | .295                      |
|       | lokasi             | .329                        | .143       | .233                      |
|       | kualitas produk    | .549                        | .114       | .403                      |

Sumber : data spss 2021

Berlandaskan tabel diatas telah diperoleh persamaan berikut ini :

$$Y = 7,481 + 0,233 X1 + 0,329 X2 + 0,549 X3 + e, \text{ yang bisa diartikan berikut ini :}$$

- a = Konstanta sebesar 7,481 dapat diartikan, apabila kualitas pelayanan , lokasi serta kualitas produk tidak mengalami perubahan (konstan) maka besarnya kepuasan konsumen Rumah Makan Pawon Ngampon Trenggalek sebesar 7,481.
- X1= Untuk koefisien variabel sebesar 0.223 artinya jika variabel lokasi meningkat sebesar 1 satuan serta variabel bebas lain dianggap tidak berubah, maka kepuasan akan senilai 22,3%
- X2= lokasi sebesar 0,329 artinya jika variabe lokasi meningkat 1 satuan, serta variabel bebas lain dianggap tidak berubah, kepuasan akan senilai 32,9%
- X3= kualitas produk sebesar 0,549 artinya jika variabel kualitas produk naik satu atau satuan serta variabel bebas lain dianggap tidak berubah, kepuasan akan senilai 54,9%

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Korelasi Detriminasi**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .807 <sup>a</sup> | .651     | .638              | 3.310                      |

Nilai Adjust R Square tabel diatas diperoleh nilai sebesar 0,651, menunjukkan besarnya dari ketiga independen variabel mempengaruhi sebanyak 65.1%, lalu sisanya 34,9% yang dijelaskan oleh aspek lain yang tidak dikaji.

**Tabel 6 : Hasil Uji t**

| Model              | t     | Sig. |
|--------------------|-------|------|
| 1 (Constant)       | 2.658 | .009 |
| kualitas pelayanan | 2.809 | .006 |
| lokasi             | 2.309 | .023 |
| kualitas produk    | 4.829 | .000 |

Sumber : data spss 2021

Dari uji t dapat ditarik sebagai berikut :

- a) Nilai signifikan produk 0,006 yang lebih kecil dari 0,05, maka variabel ini berpengaruh secara parsial
- b) Nilai signifikansi lokasi 0,023. Atau lebih kecil dari 0,05, maka variabel ini berpengaruh secara pasial.

kesimpulan yaitu kualitas

- c) Lokasi, 0,000 atau lebih rendah dari nilai 0,05, maka variabel ini mempengaruhi secara signifikan.

**Tabel 7 :**  
**Hasil Uji F**

| Model |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 1656.680       | 3  | 552.227     | 50.400 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 887.508        | 81 | 10.957      |        |                   |
|       | Total      | 2544.188       | 84 |             |        |                   |

sumber : data spss 2021

Nilai F hitung dari tabel diatas diperoleh nilai 50,400 dengan signifikan 0,000 yang lebih kecil dari nilai 0,05 maka secara simultan variabel bebas tersebut memiliki arti mampu memepengaruhi secara simultan pada kepuasan konsumen .

## KESIMPULAN

Tujuannya penelitian ini guna mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas pada penelitian ini dengan variabel terikat pada Rumah Makan Pawon Ngampon. Berdasarkan rumusan masalah serta pembahasan yang ada di bab sebelumnya, sehingga bisa ditarik simpulan, yaitu :

1. Adanya pengaruh parsial antara kualitas, layanan dengan kepuasan konsumen di Rumah makan Pawon Ngampon Trenggalek
2. Adanya pengaruh parsial antara lokasi, dengan kepuasan konsumen di Rumah Makan Pawon Ngampon Trenggalek
3. Adanya pengaruh parsial antara kualitas produk, dengan kepuasan konsumen di RM Pawon Ngampon Trenggalek.
4. Adanya pengaruh simultan antara kualitas pelayanan, lokasi maupun kualitas produk, dengan kepuasan konsumen di Rumah Makan Pawon Ngampon Trenggalek.

#### DAFTAR RUJUKAN

- [1] Musrid, M, Drs. (2014). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- [2] Rahmawati, Drg. Menis. 2015. Edisi 004 tahun ke-1 Quantummedika
- [3] Saladin, Djaslim. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pealaksanaan dan Pengendalian*. Bandung. Cv. Linda Kanrya
- [4] Samhah, H. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen OOST Kafe Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Vol 5, Nomor 12
- [5] Sari, Dinar. 2011. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen SIM CARD GSM Prabayar XL di Kota Yogyakarta*. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen. Universitas Negeri Yogyakarta.
- [6] Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* Bandung Alfabeta
- [7] Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manaemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi