

ANALISIS PENGARUH LOKASI, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA LOJI RESTO & CAFE KEDIRI

Insan Nur Alim

Program Studi Manajemen, FEB, Universitas Nusantara PGRI Kediri
@gmail.com

Abstract

The driving force behind this research is that more and more companies are entering the culinary sector. With the increasing number of competitors in the food industry, this can make business competition even tougher. In order to remain competitive, food businesses must be able to provide what consumers want, for example by providing a very strategic location, providing adequate facilities and providing quality, fast and responsive service to consumers.

Keywords: Location, Facilities, Service Quality and Customer Satisfaction

Abstrak

Kekuatan pendorong di balik penelitian ini adalah semakin banyak perusahaan yang memasuki sektor kuliner. Dengan semakin banyaknya pesaing di industri makanan, hal ini dapat membuat persaingan bisnis semakin ketat. Agar tetap kompetitif, pelaku usaha makanan harus mampu memberikan apa yang diinginkan konsumen, misalnya dengan menyediakan lokasi yang sangat strategis, menyediakan fasilitas yang memadai dan memberikan pelayanan yang berkualitas, cepat dan tanggap kepada konsumen.

Kata Kunci: Lokasi, Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Pemasaran memainkan peran yang amat penting pada sebuah perusahaan dagang atau jasa. Mempertahankan kualitas produk atau jasa agar tetap unggul adalah keharusan sebuah perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut setiap perusahaan harus selalu berusaha untuk menciptakan dan menyampaikan jasa atau barang yang dibutuhkan oleh konsumen, dengan selalu memberikan pelayanan yang menarik hati konsumen dan selalu berusaha menyenangkan konsumen. Manajemen pemasaran merupakan kegiatan manajemen yang berdasarkan pada peranannya, yang pada dasarnya berusaha untuk menentukan apa yang benar-benar dibutuhkan konsumen, dan bagaimana mencapainya Harahap & Amanah (2018:89)

Sebuah perusahaan jasa di haruskan memberikan pelayanan atau jasa yang terbaik untuk konsumen dalam segala aspek guna untuk menghasilkan pelanggan baru. Peran perusahaan jasa ialah untuk menemukan pengalaman yang menarik bagi konsumen. Bagi perusahaan jasa, ini menjadi tantangan tersendiri, konsumen mempunyai pertimbangan tersendiri mengenai produk atau jasa yang tidak berwujud dan abstrak yang mempunyai aspek penting yang berada di sekitar inti sebuah perusahaan jasa Rambat (2013:103). Persaingan produk yang semakin ketat (terutama produk jasa) dan ekspektasi konsumen yang semakin meningkat membuat perusahaan harus mempunyai ide atau gagasan baru guna menaikkan proporsi nilai perusahaan.

Bisnis pada masa kini yang memiliki persaingan yang amat ketat ialah di bidang makanan dan kuliner. Salah satunya café atau resto yang sudah menjadi aktivitas keseharian masyarakat, khususnya anak muda. Café atau resto yang cukup ternama di Kediri ialah Loji Resto dan Cafe, berlokasi tepat bersebelahan dengan sebuah hotel membuat Loji Resto dan Cafe tak pernah sepi pengunjung. Namun banyak bisnis dibidang makanan dan kuliner yang menyediakan berbagai bentuk fasilitas. Layaknya café dan resto yang tersebar di kota Kediri, banyaknya kafe yang menawarkan beragam cita rasa yang beraneka ragam dan berbagai fasilitas yang membuat konsumen untuk datang. Akan tetapi dengan bermunculannya pesaing baru yang semakin banyak membuat persaingan semakin ketat. Pemilik usaha di haruskan benar-benar memiliki strategi untuk mendapatkan hati konsumen.

Inti tujuan dari suatu perusahaan jasa ialah menciptakan serta mempertahankan konsumen. Dalam pengertian tradisional konsumen ialah orang yang memakai atau membeli sebuah produk dan jasa. Semua kegiatan manajemen bermaksud pada satu tujuan utama, yaitu untuk membangun kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono (2013) kepuasan konsumen merupakan perasaan yang muncul setelah membuat perbandingan antara persepsi seseorang yang tampak senang atau sebaliknya terhadap suatu kinerja (hasil) atau jasa yang diharapkan, sedangkan menurut Priansa (2017:183) percaraaya kepuasan konsumen ialah pola pikir atau perilaku individu mengenai sebuah jasa atau produk setelah memakai atau membelinya. Kepuasan konsumen merupakan pertimbangan yang diberikan konsumen pada perusahaan jasa berdasarkan penggunaan jasa atau produk, selanjutnya menurut Ady (2015:161) jika proses penyampaian jasa dari penyedia jasa pada konsumen sesuai dengan yang apa diinginkan oleh konsumen, maka dengan begitu kepuasan konsumen akan terpenuhi, meskipun konsumen mendapat penawaran menarik dari pesaing, konsumen yang merasa puas akan tetap loyal. Oleh karena itu, kepuasan konsumen menjadikan mereka setia terhadap produk atau jasa yang telah di berikan.

Penentuan lokasi merupakan hal yang penting pada sebuah perusahaan jasa, karena mempunyai fungsi strategis guna untuk menentukan terwujudnya tujuan sebuah perusahaan jasa tersebut. Penentuan lokasi perlu mempertimbangkan daya pasar yang tersedia di kawasan tersebut. Menurut Tjiptono (2014:50) lokasi merupakan tempat keberadaan suatu badan usaha yang melakukan aktivitas produksi barang maupun jasa yang berkaitan dengan perekonomian, dan biasanya lokasinya tergantung jenis usahanya. Sedangkan menurut Sumarwan (2011:93) lokasi merupakan aspek penting dalam mempengaruhi hasrat konsumen untuk berkunjung atau berbelanja. Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan menentukan sukses tidaknya suatu usaha di masa mendatang.

Berdasarkan uraian permasalahan yang di sampaikan di atas maka, penulis bermaksud mengadakan penelitian pada konsumen Loji Resto dan Cafe dengan mengambil judul “Analisis Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Loji Resto dan Cafe”

METODE

Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, sedangkan teknik penelitian yang digunakan adalah teknis. Penelitian berlokasi di Loji Resto and Café Kediri. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Teknik random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemudengan peneliti secara kebetulan dapat digunakan sebagai sampel. Jadi, dalam penelitian ini, sampelnya adalah 40 konsumen, di mana mereka mengunjungi dan bertemu dengan peneliti dari Loji Resto and Cafe.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas pada 40 responden di Loji Café dan Resto Kediri, dapat dilihat pada tabel 1 semua item dinyatakan valid karena nilai f hitung lebih tinggi dari nilai r tabel sebesar 0,312.

Tabel 1
Hasil Uji coba Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Pernyataan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Lokasi	X1.1	0,622	0,312	Valid
	X1.2	0,610	0,312	Valid
	X1.3	0,603	0,312	Valid
	X1.4	0,670	0,312	Valid
	X1.5	0,716	0,312	Valid
	X1.6	0,791	0,312	Valid
Fasilitas	X2.1	0,798	0,312	Valid
	X2.2	0,729	0,312	Valid
	X2.3	0,754	0,312	Valid
	X2.4	0,764	0,312	Valid
	X2.5	0,793	0,312	Valid
	X2.6	0,722	0,312	Valid
Kualitas Pelayanan	X3.1	0,658	0,312	Valid
	X3.2	0,566	0,312	Valid
	X3.3	0,641	0,312	Valid
	X3.4	0,614	0,312	Valid
	X3.5	0,681	0,312	Valid
	X3.6	0,581	0,312	Valid
Kepuasan Konsumen	X3.7	0,623	0,312	Valid
	Y1.1	0,630	0,312	Valid
	Y1.2	0,730	0,312	Valid
	Y1.3	0,590	0,312	Valid
	Y1.4	0,524	0,312	Valid
	Y1.5	0,514	0,312	Valid
	Y1.6	0,577	0,312	Valid

Sumber: Data spss 23, 2021

Tabel 2
Hasil Uji coba Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Kriteria Nilai	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	0,765	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X1)	0,790	0,6	Reliabel
Lokasi (X2)	0,748	0,6	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0,738	0,6	Reliabel

Sumber: Data spss 23, 2021

Tabel 2 hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan reliabel dikarenakan dari keempat variabel tersebut memiliki nilai cronbach alpa lebih tinggi dari kriteria nilai sebesar 0,60

Selanjutnya pada tabel 3 menunjukkan Hasil dari analisis regresi linier berganda sebagai berikut :

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	B	Std. Error	Beta
-------	---	------------	------

1	(Constant)	6.219	2.388	
	Lokasi	.466	.132	.534
	Fasilitas	.681	.127	.706
	Kualitas pelayanan	.368	.108	.491

Sumber: Data spss 23, 2021

$$Y = 6,219 + 0,408 X1 + 0,681 X2 + 0,368X3 + e$$

Hasil persamaan regresi linier berganda tersebut mempunyai makna sebagai berikut :

1) Konstanta = 6,219 .

Konstanta sebesar 6,219 . dapat diartikan, apabila variabel kualitas lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan tidak mengalami perubahan (konstan) maka besarnya kepuasan konsumen sebesar 6,219.

2) Koefisien X1 = 0.408

Untuk koefisien variabel Lokasi sebesar 0.408 artinya bahwa setiap kenaikan 1 satuan dan variabel lain diasumsikan konstan, maka tingkat Kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,408, dan sebaliknya jika setiap penurunan 1 satuan variabel Lokasi, maka tingkat Kepuasan konsumen akan menurun sebesar 0,408. Dilihat dari tabel diatas, variabel Lokasi memiliki nilai positif, artinya setiap kenaikan variabel Lokasi maka tingkat Kepuasan konsumen akan meningkat.

3) Koefisien X2 = 0,681

Untuk koefisien variabel Fasilitas sebesar 0,681 artinya bahwa setiap kenaikan 1 satuan dan variabel lain diasumsikan konstan, maka tingkat Kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,681, dan sebaliknya jika setiap penurunan 1 satuan variabel Fasilitas, maka tingkat Kepuasan konsumen akan menurun sebesar 0,681. Dilihat dari tabel diatas, variabel Fasilitas memiliki nilai positif, artinya setiap kenaikan variabel Fasilitas maka tingkat Kepuasan konsumen akan meningkat.

4) Koefisien X3 = 0.368

Untuk koefisien variabel Kualitas pelayanan sebesar 0.368 artinya bahwa setiap kenaikan 1 satuan dan variabel lain diasumsikan konstan, maka tingkat Kepuasan konsumen akan naik sebesar 0.368, dan sebaliknya jika setiap penurunan 1 satuan variabel Kualitas pelayanan, maka tingkat Kepuasan konsumen akan menurun sebesar 0.368. Dilihat dari tabel diatas, variabel Kualitas pelayanan memiliki nilai positif, artinya setiap kenaikan Kepuasan konsumen maka tingkat Kepuasan konsumen akan meningkat.

a) Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Tabel 4
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.841 ^a	.707	.682	1.504

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan Tabel 4 di atas, nilai adjusted R-squared adalah 0,682. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan adalah sebesar 68,2%, sedangkan sisanya sebesar 31,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

b) Pengujian Hipotesis

1) Uji t

Hasil dari perhitungan uji statistik t dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini.

Tabel 5
Hasil Uji-t (Parsial)

Model		Standardized Coefficients		
		Beta	T	Sig.
1	(Constant)		2.632	.009
	Lokasi	.534	4.127	.000
	Fasilitas	.706	5.832	.000
	Kualitas pelayanan	.491	3.632	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: data primer yang diolah, 2021.

1) Pengertian Hipotesis 1

nilai signifikansi dari variabel lokasi 0,00 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa Ada pengaruh signifikan antara lokasi terhadap kepuasan konsumen Loji Resto & Cafe Kediri secara parsial.

2) Pengujian Hipotesis 2

nilai signifikansi dari variabel fasilitas 0,00 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa Ada pengaruh signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen terhadap kepuasan konsumen Loji Resto & Cafe Kediri secara parsial.

3) Pengujian hipotesis 3

nilai signifikan kualitas pelayanan 0,000 lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 menunjukkan Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Loji Resto & Cafe Kediri secara parsial.

2) Uji F

Tabel 6

Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	196.209	3	65.403	28.929	.000 ^b
	Residual	81.391	36	2.261		
	Total	277.600	39			

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan hasil uji-f (bersamaan) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05, sehingga dapat dipahami bahwa pengaruh lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap konsumen. Kepuasan di Loji Resto & Café Kediri ternyata benar adanya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji t dan SPSS dapat disimpulkan beberapa hal penting dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Loji Resto & Cafe Kediri . Hal ini memberi arti bahwa penetapan lokasi yang tepat mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Loji Resto & Cafe Kediri . Hal ini memberi arti bahwa fasilitas mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Loji Resto & Cafe Kediri, hal ini memberi arti bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen.
4. Lokasi, fasilitas, kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Loji Resto & Cafe Kediri.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Ady, S. U. (2015). Manajemen Psikologi dalam Investasi Saham. Andi Offset.
- [2] Ginting, M., & Saputra, A. (2015). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional. *jurnal manajemen Bisnis*, 23(1), 10–19.
- [3] Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*
- [4] Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). Pengantar Manajemen. Mitra Wacana Media. <https://doi.org/10.31227/osf.io/3ub4t>
- [5] Krisdayanto, I., Haryono, A. T., PT, E. G., Analisis, H., Pelayanan, A. K., Fasilitas, L., & Putra, net B. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4(4).
- [6] Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1), 575–584.

