

**PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTO INCIM ALAHAN PANJANG**

***THE EFFECT OF LOCATION AND QUALITY OF SERVICE ON CUSTOMER
SATISFACTION AT RESTO INCIM ALAHAN PANJANG***

Hayat Mansandra; Teti Chandrayanti; Meri Dwi Anggraini

Fakultas Ekonomi Prodi Manajmen Universitas Ekasakti Padang

hayatmansandra@gmail.com

tetichandrayanti@unespadang.ac.id

meridwianggraini@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisis 1. Untuk mengetahui Indikator mana yang dominan dari lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen 2. pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen 3. pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen 4. pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang. Penelitian ini menggunakan uji Uji Regresi Berganda, Uji t dan Uji F. Hasil Penelitian Variabel Lokasi memiliki nilai TCR 80,00% TCR tertinggi didapatkan pada indikator tempat parkir dengan nilai TCR sebesar 80,40%, variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai TCR 79,80 % TCR tertinggi didapatkan pada indikator Daya Tanggap dan jaminan dengan nilai TCR sebesar 80,00% dan variabel kepuasan konsumen memiliki rata-rata TCR 80,40% TCR tertinggi didapatkan pada indikator Kesiediaan Merekomendasikan dengan nilai TCR sebesar 81,00%, Variable lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang, Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang, bahwa lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang

Kata Kunci: lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze 1. To find out which indicators are dominant in terms of location, service quality and customer satisfaction at Resto Incim Alahan Panjang 2. The influence of location on customer satisfaction at Resto Incim Alahan Panjang 3. The effect of service quality on customer satisfaction at Resto Incim Alahan Panjang 4. The influence of location and service quality on customer satisfaction at the Incim Alahan Panjang Restaurant. This study uses the classical assumption test which consists of normality test, multicollinearity test, heteroskedasticity test and multiple regression test, t test and F test. The results of the study of location variables have an average TCR of 80.00%, the highest TCR is found in the parking lot indicator with a value of 80.00%. TCR is 80.40%, the service quality variable has an average TCR of 79.80%, the highest TCR is obtained from the Responsiveness and assurance indicators with a TCR value of 80.00% and the consumer satisfaction variable has an average TCR of 80.40% TCR The highest was found in the Readiness to Recommend indicator with a TCR value of 81.00%, the location variable had a positive and significant effect on customer satisfaction at the Incim Alahan Panjang Restaurant, the service quality variable had a positive and significant impact on customer satisfaction at the Incim Alahan Panjang Restaurant, that location and quality service has a positive and significant effect on customer satisfaction at Resto Incim Alahan Panjang

Keywords: location, service quality and customer satisfaction

PENDAHULUAN

Sekarang ini bisnis kuliner banyak diminati pelaku bisnis di Indonesia, karena bisnis yang bergerak di bidang kuliner ini termasuk bisnis dengan profit yang besar dan juga banyak diminati masyarakat di era globalisasi. Selain itu gaya hidup masyarakat yang meningkat dengan kebiasaan untuk membeli makanan di restoran dengan tujuan lebih *efisien* serta sebagai sarana refreking, untuk pertemuan dengan rekan bisnis, mengadakan acara spesial dengan keluarga, kerabat, pacar, maupun teman dan lain - lain. Selain hal tersebut kuliner atau makanan adalah salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi untuk kelangsungan hidup. Lokasi usaha merupakan salah satu faktor terpenting sebagai tempat penunjang kegiatan suatu usaha. Penentuan lokasi usaha sangat penting bagi perusahaan, karena akan mempengaruhi dapat tidaknya keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang (Assauri, 2016)

Pemilihan lokasi yang tidak tepat dapat menimbulkan permasalahan sehingga dapat mengakibatkan cafe ataupun restoran gulung tikar karena kesalahan lokasi dan akhirnya diubah menjadi tempat lain.

Pemilihan lokasi suatu perusahaan pada dasarnya akan mempengaruhi risiko dan keuntungan perusahaan tersebut secara keseluruhan, sehingga lokasi sangat mempengaruhi biaya tetap maupun biaya variabel, baik dalam jangka menengah maupun jangka panjang. Adanya perbedaan keberhasilan suatu perusahaan dan perbedaan kekuatan atau kelemahan, seringkali dipengaruhi oleh faktor pemilihan lokasi. Sehingga lokasi yang dimaksud harus memiliki nilai strategis dan menjadi bagian dari kebijakan jangka panjang perusahaan (Haming & Nurnajamuddin, 2011). Memilih lokasi berarti menghindari sebanyak mungkin faktor negatif dan mendapatkan lokasi dengan paling banyak faktor-faktor positif (Handoko, 2015).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu penting dari kepuasan konsumen dan secara langsung akan mempengaruhi keberhasilan organisasi (Tat, et al, 2011), dalam penelitian ini khususnya pada industri kuliner seperti Resto Incim. Kualitas pelayanan yang prima merupakan strategi pemenang dan dapat menciptakan kepercayaan pelanggan dan keunggulan kompetitif. Tujuan memberikan kualitas pelayanan yang prima adalah untuk memuaskan konsumen dan dapat menimbulkan niat konsumen untuk kembali (*repatronage intention*). Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan niat untuk kembali (*repatronage intention*) merupakan isu global yang mempengaruhi semua organisasi, baik itu besar atau kecil, laba atau nirlaba, global atau lokal.

Pesaingnya seperti Hayati resto merupakan kafe berkonsep klasik dengan tampilan moderen lokasinya agak jauh dari Kafe Resto Incim tetapi pakir dan lokasi areanya sangat luas dari Kafe Resto Incim, dalam kualitas pelayanan menyediakan ruang klasik berkonsep moderen dengan jaringan wa-fi yang baik. Sementara Kafe nandi merupakan kafe dengan lokasi dengan area jalan yang sama dengan Kafe Resto Incim kualitas pelayanan yang ditawarkan tidak sebagus Hayati resto tetapi menjadi pesaing bagi Kafe Resto Incim karena lokasi yang diarea jalan yang sama, konsep kualitas pelayanannya hampir sama dengan Kafe Resto Incim. Pesaing lainnya yaitu Kucindan kafe berlokasi jauh dari Kafe Resto Incim tetapi kualitas pelayanannya bagus dengan mengusung tema danau dengan konsep hijau.

Menurut Lupiyoadi (2014), terdapat lima indikator kualitas pelayanan yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, diantaranya adalah bukti fisik (*tangibles*) yaitu pelayanan secara fisik yang meliputi fasilitas fisik, lokasi, perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan, serta penampilan karyawannya. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan. Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen dengan informasi yang jelas. Jaminan (*assurance*) yaitu kemampuan untuk melahirkan kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen. Empati (*empathy*) yaitu menekankan pada perlakuan konsumen sebagai individu yang meliputi syarat untuk peduli, memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

Kepuasan konsumen adalah indikator penting dari keseluruhan kinerja restaurant, dan pemilik restaurant harus berupaya mengidentifikasi apa yang menentukan kepuasan tersebut, ketika layanan tidak memenuhi harapan konsumen mungkin akan mencari solusi lain (Jovicic, 2013). Jika pelanggan memiliki pengalaman yang baik dan merasa puas dengan restaurant tersebut maka mereka akan terus menyebar cerita baik dan positif dari mulut ke mulut kepada pelanggan potensial lainnya untuk dapat merangsang niat mereka untuk meninjau kembali restaurant tersebut (Yong, Siang, et al, 2013). Konsumen yang dapat diandalkan adalah konsumen yang membeli berkali-kali (melakukan pembelian ulang) dari perusahaan yang sama, maka konsumen yang puas dengan kualitas produk atau jasa yang dibeli dari suatu perusahaan akan menjadi konsumen yang dapat diandalkan (Tjiptono, 2014:167).

Berdasar latar belakang permasalahan tersebut, maka penulis ingin menuangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Incim Alahan Panjang”**.

Perumusan Masalah

Pokok masalah yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Indikator mana yang dominan dari lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang?
2. Apakah lokasi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang?
3. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang?
4. Apakah lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang?

TINJAUAN PUSTAKA

Lokasi

Lokasi menurut Tjiptono (2015:345) Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2014:76) *“place include company activities that make the*

product available to target consumers". Kemudian menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011:92) "lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2014:76) "*place include company activities that make the product available to target consumers*". Kemudian menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011:92) "lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan".

Indikator Lokasi

Menurut Munawaroh (2014), pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

1. Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman di Resto Incim Alahan Panjang
4. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan pada Resto Incim Alahan Panjang

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Mauludin (2013:67) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas langganan yang mereka terima atau peroleh. Menurut Fandy Tjiptono (2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Menurut Hasibuan (2011), pelayanan adalah kegiatan pemberian pelayanan dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan dengan ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen merupakan hal yang sangat diharapkan oleh perusahaan untuk mencapai kesetiaan konsumen. Hal-hal tersebut dapat dilakukan oleh perusahaan bila mengetahui hal-hal yang penting bagi konsumen. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam memenuhi kepuasan konsumen sehingga konsumen akan melakukan pembelian berulang atau menjadi konsumen yang loyal kepada perusahaan. Untuk mencapai kualitas pelayanan yang diinginkan oleh konsumen pengelola jasa atau perusahaan memerlukan upaya untuk memenuhi keinginan konsumen serta penyampaian yang tepat kepada konsumen agar sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

Indikator Kualitas Pelayanan

1. Keandalan, yakni kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan secara handal dan akurat.
2. Daya tanggap/ kesigapan, yaitu keinginan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan.
3. jaminan, yakni pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan.
4. *Empathy*, yakni perhatian, pelayanan pribadi yang diberikan kepada pelanggan.

5. Bukti Fisik, adalah dimensi yang berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan

Kepuasan Konsumen

Keberhasilan sebuah perusahaan bisa dilihat dari kepuasan yang di rasakan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, dengan melihat kepuasan konsumen perusahaan bisa mengetahui apakah kinerja dari perusahaan sendiri sudah baik dan sesuai harapan atautkah masih perlu ditingkatkan. Menurut Fandy Tjiptono (2014:353), kepuasan berasal dari bahasa Latin “*Satis*” yang berarti cukup baik, memadai dan “*Facio*” yang berarti melakukan atau membuat.

Secara sederhana kepuasan bisa Menurut Sunyoto (2013:35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Indikator Kepuasan Konsumen

1. *Re-purchase* : membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.
2. Menciptakan *Word-of-Mouth* : Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain
3. Menciptakan Citra Merek : Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing
4. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama : Membeli produk lain dari perusahaan yang sama

Hipotesis Penelitian

H₁ Diduga lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang

H₂ Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang

H₃ Diduga lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Resto Incim Alahan Panjang merupakan salah satu pelopor berdirinya cafe di daerah Kabupaten Solok, menyajikan berbagai varian makanan dan minuman yang lezat dengan harga yang bersahabat. Dengan fasilitas *free wifi*, parkir yang luas serta suasana Resto Incim Alahan Panjang yang cozy akan semakin membuat betah berlama-lama bersama keluarga, teman maupun pasangan untuk melepas penat setelah seharian bekerja.

Resto Incim Alahan Panjang berdiri tahun 2010 dengan konsep klasik yang dapat menjangkau semua kalangan baik dari segi rasa, variasi dan tempat. Ide awal berdirinya Resto Incim Alahan Panjang adalah pendiri Bunda Neldawati

Grace sangat gemar minum kopi pada masa kuliahnya, lalu tertarik untuk membuat kafe sendiri di Alahan Panjang. Setelah mencari-cari tempat dan survey akhirnya memilih Resto Incim Alahan Panjang untuk mendirikan usaha.

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh informasi yang sebaik-baiknya dengan asumsi agar sasaran dalam penulisan dapat tercapai, maka penulis akan menggunakan metode penelitian

Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data peneliti mengumpulkan data dalam dua cara yaitu: Observasi, yaitu pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung di lokasi untuk memperoleh data yang akurat dan angket

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Agussalim Manguluang (2016:118) populasi adalah keseluruhan atau himpunan objek dengan ciri yang sama, populasi dapat berupa himpunan orang, benda (benda hidup atau benda mati). Berdasarkan pengertian tersebut, maka populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang sebanyak 22.916 orang dari bulan Januari sampai Desember 2020.

2. Sampel

Dengan demikian sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang datang ke pada Resto Incim Alahan Panjang. pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono, (2016:124) *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut Imam Ghazali (2014:44) validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas kuesioner dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dari *Pearson*, yaitu mengkorelasikan skor item dengan skor total. Perhitungan koefisien korelasi antara item dengan skor total akan mengakibatkan over estimate terhadap korelasi yang sebenarnya, maka perlu dilakukan koreksi dengan menggunakan *corrected item*.

b. Uji Reliabilitas

Penggunaan Teknik *Alpha - Cronbach* akan menunjukkan bahwa suatu instrumen dapat dikatakan handal (*reliable*) bila memiliki koefisien reliabilitas atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Sebaliknya apabila nilai koefisien reliabilitas atau alpha dibawah 0,6 berarti instrumen penelitian tersebut dikatakan tidak handal (*unreliable*).

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test*. *Residual* berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$, Imam Ghazali (2016).

Menurut Saragih Santoso (2012), dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

- Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

2. Uji Multikolineritas

Menurut Imam Ghazali (2016) uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolineritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolineritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai *absolut residualnya* (ABS_RES). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. (Imam Ghazali, 2011)

Analisa Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisa regresi linear berganda, dan koefisien determinasi (Agussalim manguluang, 2015:82), bentuk persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Imam Ghazali, 2016: 97)

Metode Pengujian Hipotesis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji statistik yaitu uji t dan uji F.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1,05330737
Most Extreme	Absolute	,384
Differences	Positive	,384
	Negative	-,318
Test Statistic		,384
Asymp. Sig. (2-tailed)		,078 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Dari tabel didapatkan nilai residual sebesar 0,078 lebih besar dari 0,05 dari nilai sampel sebesar 100 yang berarti data yang sedang diuji berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

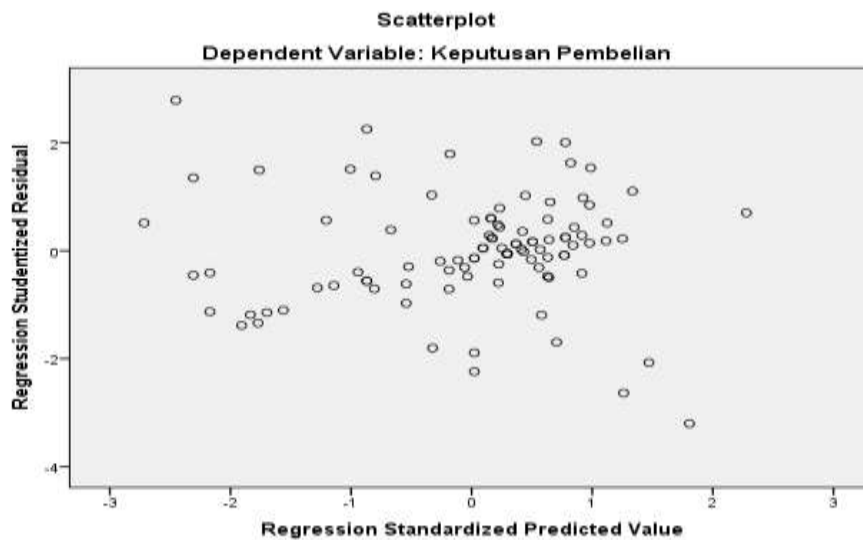
Tabel Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Lokasi	,342	4,008
Kualitas pelayanan	,342	4,008

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Dari tabel dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah lolos dari uji multikolinearitas dengan penjabaran sebagai berikut :

1. Variabel X_1 tidak terjadi multikolinearitas dikarenakan nilai VIF yang bernilai lebih kecil dari 10,00 yaitu 4,008 dan nilai Tolerance yang bernilai lebih besar dari 0,10 yaitu 0,342
2. Variabel X_2 tidak terjadi multikolinearitas dikarenakan nilai VIF yang bernilai lebih kecil dari 10,00 yaitu 4,008 dan nilai Tolerance yang bernilai lebih besar dari 0,10 yaitu 0,342
3. Uji Heteroskedastisitas

Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas Analisa Regresi Linear Berganda

Tabel Analisa Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	,461	1,398
Lokasi	,453	,067
Kualitas pelayanan	,942	,077

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Berdasarkan tabel dapat dibuat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut : $Y = 0,461 + 0,453X_1 + 0,942X_2 + e$

Dari persamaan diatas maka dapat di interprestasikan beberapa hal, sebagai berikut:

- konstanta sebesar 0,461 artinya jika tidak ada lokasi dan kualitas pelayanan ($X_1, X_2 = 0$) maka nilai kepuasan konsumen akan naik sebesar konstanta yaitu 0,461 satuan.
- Koefisien lokasi 0,453, koefisien bernilai positif artinya lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dimana jika lokasi naik satu satuan maka kepuasan konsumen naik sebesar 0,453 satuan bila variabel independen lainnya konstan.
- Koefisien Kualitas Pelayanan 0,942 koefisien bernilai positif artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dimana jika Kualitas Pelayanan naik satu satuan maka kepuasan konsumen naik sebesar 0,942 satuan bila variabel independen lainnya konstan.

Tabel Koefesien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,988 ^a	,977	,976

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Lokasi

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Berdasarkan tabel nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,976. Hal ini berarti kontribusi lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang sebesar 97,60% sedangkan sisanya 2,40% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Tabel Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	t	Sig.
1 (Constant)	,330	,742
Lokasi	4,801	,000
Kualitas pelayanan	12,216	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Berdasar tabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variable lokasi memiliki t hitung (4,801) > t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang
2. Variable kualitas pelayanan memiliki t hitung (12,216) > t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang

2. Uji F

Silmutan (uji-F) digunakan untuk menunjukan apakah semua variabel bebas (independen) yaitu lokasi dan kualitas pelayanan yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama (silmutan) atau tidak terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Dimana besarnya α yang digunakan dalam uji ini adalah 5% ($\alpha = 0,05$).

Tabel Uji -F
ANOVA^a

Model	F	Sig.
1 Regression	209,071	,000 ^b
Residual		
Total		

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Lokasi

Dari tabel tersebut diketahui nilai F hitung 209,071 > nilai F tabel sebesar 3,09 (lihat lampiran tabel F) dan nilai signifikan $0,000^b < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan variabel lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai *Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Incim Alahan Panjang* maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Lokasi memiliki rata-rata TCR 80,00% TCR tertinggi didapatkan pada indikator tempat parkir dengan nilai TCR sebesar 80,40%, variabel Kualitas Pelayanan memiliki rata-rata TCR 79,80 % TCR tertinggi didapatkan pada indikator Daya Tanggap dan jaminan dengan nilai TCR sebesar 80,00% dan variabel kepuasan konsumen memiliki rata-rata TCR 80,40% TCR tertinggi didapatkan pada indikator Kesiediaan Merekomendasikan dengan nilai TCR sebesar 81,00%
2. Variable lokasi memiliki t hitung (4,801) $>$ t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang
3. Variable kualitas pelayanan memiliki t hitung (12,216) $>$ t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang
4. Dari tabel tersebut diketahui nilai F hitung 209,071 yang lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,09 (lihat lampiran tabel F) dan nilai probabilitas yang dihasilkan dari perhitungan adalah $0,000^b$ lebih kecil dari α (5%). Hal ini berarti bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan variabel lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Saran- Saran

1. Bagi Peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang mempengaruhinya. Khususnya Penelitian ini merupakan acuan dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh dibangku kuliah sehingga dapat menambah dan mengembangkan wawasan dan tambahan pengalaman yang nyata.
2. Bagi Pihak Resto Incim Alahan Panjang
 - a. Dari jawaban yang diberikan responden akses mendapat nilai TCR terendah menunjukkan bahwa Lokasi pada Resto Incim Alahan Panjang mempunyai akses yang Responden menilai bahwa Resto Incim Alahan Panjang harus melakukan tempat yang sangat strategis, terutama kecepatan dalam mencari lokasi Resto Incim Alahan Panjang yang sangat mudah. Untuk kedepan, perbaikan terhadap indikator ini perlu dilakukan, hal ini dikarnakan semakin

ramainya pengendara pribadi sehingga menimbulkan kemacetan dalam mengakses lokasi Resto Incim Alahan Panjang

- b. Dari jawaban responden bukti fisik mendapat nilai TCR terendah menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan pada Resto Incim Alahan Panjang, Konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa adalah bukti fisik yang terdiri dari kualitas makanan dan kualitas minuman. Kualitas makanan merupakan fungsi secara spesifik dari sebuah produk atau jasa seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya
 - c. Kepuasan konsumen pada Resto Incim Alahan Panjang termasuk kriteria baik nilai TCR terendah didapatkan pada indikator Kesesuaian Harapan dengan nilai TCR 79,80%, artinya kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus-menerus, mendorong konsumen akan loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut
3. Bagi peneliti selanjutnya
- Mengingat keterbatasan waktu dan data dalam menyusun skripsi ini maka bagi peneliti selanjutnya yang berminat mengambil topik yang sama disarankan :
- a. Memperluas dan menambah jumlah sampel atau responden yang akan diteliti dan melakukan penelitian yang lebih mendalam lagi.
 - b. Melengkapi dan menyempurnakan penelitian yang telah dilakukan penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Akinyele Samuel Taiwo. 2010. The influence of work environment on workers productivity: A case of selected oil and gas industry in Lagos, Nigeria.
- Assauri, S. 2016. " Manajemen Operasi Produksi". PT .Raja Grafindo Persada : Jakarta
- Basu Swastha Dharmmesta dan T. Hani Handoko. 2015. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen, Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Basu Swastha, Dharmesta dan Irawan, 2012, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta..
- Danang Sunyoto. 2013. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. (2016). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian), Yogyakarta: Andi.
- Fure, Hendra. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian pada Pasar Tradisional

Bersehati Calaca. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Jurnal EMBA (Ekonomi Manajemen Bisnis Akuntansi) Vol.1 No.3.

Ghozali, Imam, 2015. *Aplikasi Analis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi ke 7, Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip dan Kelvin Lane Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta : Erlangga.

Lupiyoadi, Rambatdan A. Hamdani. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat

Lupyoadi, R dan Hamdani, A. 2012. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.

Mauludin, Richardo (2013), “Pengaruh Perubahan Logo terhadap Citra Merek pada PT. Telkom Indonesia Tbk. Di Bandar Lampung”

Mimi SA. 2015. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Ranch Market. Jurnal Ekonomi Vol.20 No.1. Jakarta: Fakultas Ekonomi. Universitas Tarumanagara

Muhardi. 2011. *Manajemen Operasi*. PT. Refika Aditama. Bandung.

Parasuraman., 2014., *The Behaviorial Consequenses of Service Quality*. New Jersey : Prentince Hall.

Rahadi, Dedi Rianto. 2013. *Manajemen Kinerja Sumber Daya Manusia*. Malang : Tunggal Mandiri Publishing

Rangkuti, Freddy. 2011. *SWOT Balanced Scorecard*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.

Ratnasari Tri Ririn, Mastuti H Aksa. 2011 . *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit: Ghalia Indonesia

Ratnasari, R.T dan H. Mastuti Aksa. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ghalia Indonesia. Bogor.

Rikunto, Suharsimi. 2011. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VII. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Snježana Gagić, Dragan Tešanović, Ana Jovičić (2013) *The Vital Components of Restaurant Quality that Affect Guest Satisfaction*. Hlm. 166-176

- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA)
- Sugiyono (2015) Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). Service, Quality, & Satisfaction. Edisi Ketiga. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.