

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FASILITAS DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA PT. HAPPY KIDDY INDONESIA RANTAUPRAPAT)

Slamat Andriani Lumban Gaol¹, Sumitro², Zulkifli Musannif Efendi Siregar³

¹Manajemen, Universitas Labuhanbatu, andriani99gaol@gmail.com

²Manajemen, Universitas Labuhanbatu, sumitro@ulb.ac.id

³Manajemen, Universitas Labuhanbatu, zulkufliMusannifEfendi@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the Analysis of Service Quality, Price, Facilities and Location of Customer Satisfaction (Case Study at PT. Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat). Data collection in this study was conducted through a survey approach with quantitative descriptive research type by distributing questionnaires to 30 respondents, while the population used in this study were visitors to Suzuya Mall at PT. Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat. Data analysis tools used in this study used SPSS (Statistical Product Software Solution). The data analysis techniques in this study were descriptive analysis, multiple linear regression analysis, hypothesis testing using partial significance test (t test), simultaneous significant testing (F test)., and testing the coefficient of determination (R²).

Keywords: Service Quality, Price, Facilities and Location, Customer Satisfaction.

Pendahuluan

Dahulu, orang tua hanya mengetahui tempat bermain anak – anak di halaman rumah saja, kini di zaman modern terdapat juga tempat bermain didalam pusat perbelanjaan (MALL). Sehingga sangat menguntungkan juga bagi orang tua, selain bisa berbelanja ternyata bisa pula untuk menyenangkan anak – anak mereka. Salah satu tempat bermain anak yang terdapat didalam pusat perbelanjaan yaitu Happy Kiddy Indonesia tepatnya di wilayah Rantauprapat.

Happy Kiddy Indonesia adalah salah satu tempat bermain anak yang menyenangkan dan mendidik guna menggali potensi maksimal kemampuan anak dengan menyediakan arena bermain serta fasilitas yang sangat memadai. Wahana yang dimiliki oleh tempat bermain ini sangatlah beragam. Mulai dari wahana kolam bola, wahana area bot profesi Polisi dan Market, permainan lego, pasir-pasiran, alat susun puzzel serta flying fox yang tidak akan dijumpai di arena permainan manapun di Rantauprapat selain di wahana permainan ini. Salah satu contoh permasalahan yang terjadi karena kepuasan pelanggan tidak terpenuhi adalah di suatu arena permainan Menggambar dan Mewarnai di pusat perbelanjaan di Mall. Orang tua sering merasa resah dan agak kesal terhadap pelayanan yang diberikan oleh si pihak pembuat permainan. Dikarenakan lokasi yang disediakan serta lokasi yang tidak cukup memadai. Sehingga mengakibatkan anak – anak kurang leluasa untuk menggambar dan mewarnai selain itu peralatan nya pun kurang memadai.

Permasalahan yang terjadi diatas ternyata tidak jauh beda dengan permasalahan yang terjadi pada perusahaan yang peneliti teliti. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Liza Eliandani selaku SPV di perusahaan menjelaskan bahwa dalam hal pelayanan terhadap Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat kendala yang sering terjadi. Contoh

nya saja karena kurangnya lokasi tempat anak bermain kurang cukup luas. Sehingga membuat anak-anak tidak cukup leluasa untuk bermain. Apalagi pada saat weekend tiba tempat permainan ini sangat ramai dikunjungi oleh para pengunjung wisata Mall.

Kajian Pustaka

Penelitian Terdahulu

(Steffi Mongkarren, 2013) “Fasilitas dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa Rumah Sakit Advent Manado”. Bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa pada RS Advent Manado.

(Eka Indah Yulianti, 2018) “Pengaruh Persepsi Konsumen Tentang Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Jojo Gisting”. Menunjukkan bahwa persepsi konsumen tentang harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Jojo Gisting.

Kualitas Pelayanan

Pelayanan menurut (Payne 2000), merupakan suatu teknik cara yang digunakan untuk dapat memenuhi apa yang diperlukan oleh konsumen. Bukan hanya kualitas pelayanan yang harus diperhatikan selain itu juga kualitas jasa harus diperhatikan didalam memuaskan pelanggan. Menurut Parasuraman dkk (Islami, 2019) kualitas jasa didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan keinginan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Harga

Harga merupakan nilai tertentu yang harus ditukarkan dengan uang atas nilai suatu produk atau jasa yang telah dipakai konsumen. Harga menjadi nilai agregat dari semua hal yang diberikan produsen terhadap pelanggan dalam mendapatkan keuntungan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa Alter, 2007 dalam (Santoso, 2016).

Menurut (Tjiptono dan Chandra 2012) bahwa harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non – moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk.

Fasilitas

Menurut Wina Sanjaya 2009 (Anggraini & Imaniyati, 2017) fasilitas adalah segala sesuatu yang berkaitan secara langsung dengan pelanggan khususnya anak-anak yang dipakai untuk mendukung peralatan yang digunakan dalam bermain. Peralatan tersebut bisa meliputi wahana permainan yang disediakan, perlengkapan permainan serta tempat bermain yang aman dan nyaman.. Umumnya fasilitas berupa benda – benda yang berada dilokasi dimana terjadinya penawaran jasa kepada konsumen. Tujuan disediakan benda – benda tersebut agar para pelanggan merasa nyaman.

Lokasi

Lokasi merupakan faktor yang ikut berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Lokasi yang strategis menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pemilihan lokasi diperlukan pada saat perusahaan mendirikan usaha baru, melakukan ekspansi usaha yang telah ada maupun memindahkan lokasi

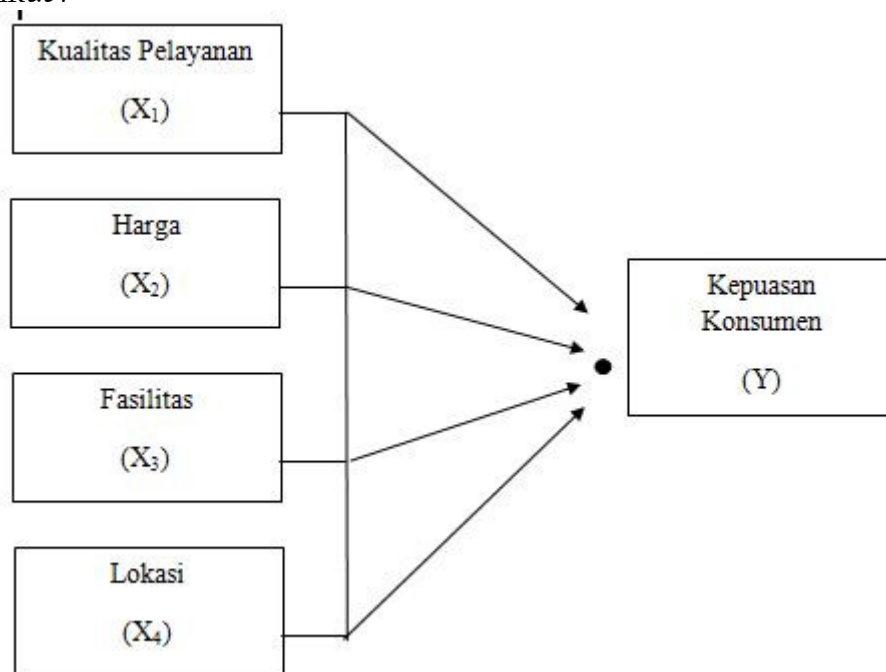
perusahaan ke perusahaan lainnya. Faktor penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan lokasi yang strategis adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh kelokasi tujuan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut pendapat Joon & Sik, 2013 Jalilvand & Samiei, 2012 dalam (Susanti, 2018) kepuasan pelanggan diartikan sebagai evaluasi setelah pembelian terhadap kualitas produk atau jasa dengan harapan pra pembelian berkorelasi dengan perilaku kepuasan seperti merekomendasikan kembali dan positif word of mouth. Sesuai dengan yang dikatakan Kotler dan Keller (2009:140) mempertahankan pelanggan adalah suatu hal yang sangat penting daripada memikat pelanggan.

Kerangka Konseptual

Pelayanan dengan kualitas baik, harga yang sesuai dengan kualitas, lokasi dengan posisi strategis, serta fasilitas yang memadai dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hubungan tersebut dapat digambarkan dalam skema kerangka pemikiran sebagai berikut :



Sumber : Data Diolah, (Tahun 2020)

Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

H₁ : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat.

H₂ : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat.

H₃ : Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat.

H₄ : Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat.

H₅ : Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas, Lokasi secara Simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan data kualitatif yaitu pendekatan dengan observasi langsung ke lapangan, dan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu dengan menyebarkan kuisioner. Dengan penelitian ini diharapkan dapat diketahui variabel bebas yaitu : Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat Jl.SM Raja, Bakaran Batu, Rantau Selatan, Labuhanbatu, Sumatera Utara. Waktu penelitian ini diestimasikan memakan waktu ± 4 bulan hingga penelitian selesai, mulai dari proses melengkapi data, observasi lapangan hingga proses pengisian kuisioner.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini yaitu Pelanggan Happy Kiddy yang datang langsung. Sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan / insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan dan ditemui itu cocok sebagai sumber informasi sebanyak 30 responden.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar antara variabel independent (bebas) terhadap variabel dependent (terikat). Untuk memperoleh hasil pada penelitian ini, digunakan program *software SPSS 20*. Maka dapat dihasilkan output sebagai berikut :

Tabel 1. Tabel Coefficients

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	13.062	3.679		3.550	.002
I KUALITAS PELAYANAN	.514	.090	.649	5.684	.000
HARGA	.519	.094	.632	5.537	.000
FASILITAS	.449	.103	.505	4.351	.000
LOKASI	.550	.129	.507	4.272	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan hasil pengolahan diatas, dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = 13,062 + 0,514X_1 + 0,519X_2 + 0,449X_3 + 0,550X_4 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Konstanta (a) = 13,062. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi tidak ada (bernilai nol), maka Kepuasan Pelanggan sebesar 13,062.
- Koefisien X_1 (b_1) = 0,514. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika Kualitas Pelayanan meningkat sebesar satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,514.
- Koefisien X_2 (b_2) = 0,519. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika Harga meningkat sebesar satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,519.
- Koefisien X_3 (b_3) = 0,449. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika Fasilitas meningkat sebesar satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,449.
- Koefisien X_4 (b_4) = 0,550. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika Lokasi meningkat sebesar satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,550.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan dengan tujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana variabel bebas terdiri dari : Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi, sedangkan variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan.

Dasar pengambilan keputusan :

- Apabila nilai sig < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y
- Apabila nilai sig > 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

Nilai t_{tabel} didapat dengan cara:

$$df = (n - k - 1) = (30 - 5 - 1) = 24 \text{ yaitu } 1,71088$$

$$\alpha = 0,05 \quad T_{tabel} = 1,710$$

Hasil pada Uji t dapat dilihat pada Tabel 2. dibawah ini :

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.062	3.679		3.550	.002
KUALITAS PELAYANAN	.514	.090	.649	5.684	.000
HARGA	.519	.094	.632	5.537	.000
FASILITAS	.449	.103	.505	4.351	.000
LOKASI	.550	.129	.507	4.272	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah SPSS), 2020

Berdasarkan Tabel 2. dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 5,684 dengan taraf signifikansi 0,001. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka $t_{hitung}(5,684) > t_{tabel}(1,710)$ dan taraf signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantaupratap. Dengan demikian hipotesis dapat diterima.
2. Untuk variabel Harga (X_2), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 5,537 dan taraf signifikansi 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka $t_{hitung}(5,537) > t_{tabel}(1,710)$ dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantaupratap. Dengan demikian hipotesis dapat diterima.
3. Untuk variabel Fasilitas (X_3), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 4,351 dan taraf signifikansi 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka $t_{hitung}(4,351) > t_{tabel}(1,710)$ dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial Fasilitas berpengaruh terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantaupratap. Dengan demikian hipotesis dapat diterima.
4. Untuk variabel Lokasi (X_4), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 4,270 dan taraf signifikansi 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka $t_{hitung}(4,270) > t_{tabel}(1,710)$ dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantaupratap. Dengan demikian hipotesis dapat diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Uji signifikansi simultan (Uji F) digunakan untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi secara bersama – sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji simultan (Uji F) di tampilkan pada Tabel 4.14 berikut:

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	48.701	4	12.175	15.245	.000 ^b
Residual	19.965	25	.799		
Total	68.667	29			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA, KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah SPSS) 2020

Berdasarkan Tabel 4.14 diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 15,245 dan nilai Sig 0,000. Sedangkan nilai F_{tabel} yang digunakan adalah nilai distribusi F dengan derajat kebebasan :

$$df_1 = (k - 1) = (5 - 1) = (4)$$

$$df_2 = (n - k) = (30 - 5) = (25)$$

pada $\alpha = 0,05$ yaitu 2,76. Selanjutnya nilai F_{hitung} dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , maka diperoleh $F_{hitung}(15,245) > F_{tabel}(2,76)$ dan taraf signifikansi $0,00 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi secara bersama –

sama (simultan) terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat. Dengan demikian hipotesis dapat diterima.

Koefisien Determinan

Koefisien determinan (R^2) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independent (bebas) dapat menjelaskan variabel dependent (terikat).

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.709	.663	.894

a. Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA, KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah SPSS), 2020

Besarnya koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,663. Nilai ini berarti bahwa Kepuasan Pelanggan mampu dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi sebesar 66,3%. Sedangkan sisanya sebesar 33,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat

Berdasarkan hasil penelitian Uji T menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_1), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 5,684 dengan taraf signifikansi 0,001. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka t_{hitung} ($5,684 > t_{tabel}$ 1,710) dan taraf signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Ni Made Arie Sulistyawati, Ni Ketut Seminari, (2015) dalam penelitiannya yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN INDUS UBUD GIANYAR".

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat

Berdasarkan hasil penelitian Uji T menunjukkan bahwa Harga (X_2), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 5,537 dan taraf signifikansi 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka t_{hitung} ($5,537 > t_{tabel}$ 1,710) dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Lumintang Intan Sintya, S. L. H. V. Joyce. Lopian, Merlyn M. Karuntu (2018) dengan judul "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI GO-JEK ONLINE PADA MAHASISWA FEB UNSRAT MANADO".

3. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat

Berdasarkan hasil penelitian Uji T menunjukkan bahwa Fasilitas (X_3), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 4,351 dan taraf signifikansi 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka t_{hitung} (4,351) > t_{tabel} (1,710) dan taraf signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini berarti bahwa secara parsial Fasilitas berpengaruh terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Ninik Srijani, Achmad Sukma Hidayat, (2016) "PENGARUH FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI ASTON MADIUN HOTEL & CONFERENCE CENTER".

4. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat

Berdasarkan hasil penelitian Uji T menunjukkan bahwa Lokasi (X_4), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 4,270 dan taraf signifikansi 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka t_{hitung} (4,270) > t_{tabel} (1,710) dan taraf signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini berarti bahwa secara parsial Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Maretta Ginting (2015) "PENGARUH LOKASI, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PASAR TRADISIONAL (STUDI KASUS PASAR TRADISIONAL DI KECAMATAN MEDAN JOHOR)".

5. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas Dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat

Berdasarkan hasil penelitian Uji F menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi secara bersama – sama (simultan) terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat. Dengan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 15,245 dan nilai Sig 0,000. Sedangkan nilai F_{tabel} yang digunakan adalah nilai distribusi F dengan derajat kebebasan $df_1 = (k-1) = (5-1) = (4)$ dan $df_2 = (n-k) = (25)$ pada $\alpha = 0,05$ yaitu 2,76. Selanjutnya nilai F_{hitung} dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , maka diperoleh F_{hitung} (15,245) > F_{tabel} (2,76) dan taraf signifikansi 0,00 < 0,05.

Berdasarkan koefisien determinasi Kepuasan Pelanggan mampu dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi sebesar 66,3%. Sedangkan sisanya sebesar 33,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat, artinya semakin tinggi Kualitas Pelayanan, maka Kepuasan Pelanggan akan cenderung mengalami peningkatan.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat, artinya semakin sesuai Harga yang ditetapkan, maka Kepuasan Pelanggan akan cenderung mengalami peningkatan.
3. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat. artinya semakin baik Fasilitas yang diberikan maka Kepuasan Pelanggan akan cenderung mengalami peningkatan.

4. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat, artinya semakin baik Lokasi, maka Kepuasan Pelanggan akan cenderung mengalami peningkatan.
5. Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat.

Daftar Pustaka

- Agussalim, M., & Ali, H. (2017). Model Kepuasan Pelanggan : Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta. *Jurnal Manajemen*, XXI(03), 317–335.
- Anggraini, C., & Imaniyati, N. (2017). Fasilitas Belajar Dan Manajemen Kelas Learning Facilities And Classroom Management AS A Determinant Of The Studen Learning Achievement. *Manajerial*, 16(2), 196–204.
- Dewi, K. A. N. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Dunkin' Donuts Di Surabaya Dan Sidoarjo). *Manajemen, Fakultas Ekonom*, 9(1).
- Fakhriani, R., & Rimiyati, H. (2016). Analisis Persepsi Kepuasan Pelanggan dalam Upaya Pengembangan Mutu Pelayanan Rawat Inap. *Medicoeticolegal dan Manajemen Rumah Sakit*, 5(1), 1–15.
<https://doi.org/10.18196/jmmr.5101> Analisis
- Islami, V. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Servicescape dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 3(2), 203–208.
- Lubis, akrim ashal. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16(02), 1–11.
- Mutmainnah. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. *Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 201–216.
- Noerchoidah. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan. *Bisnis dan Manajemen*, 9(2).
- Santoso, I. (2016). Peran Kualitas Produk dan Layanan , Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Manajemen Teknologi*, 15(1), 94–109.
- Sentiana, S. S. (2018). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 3–9.
- Siregar, Z. M. E. (2017). Preface: International Conference on Recent Trends in Physics (ICRTP 2016). *Materials Science and Engineering PAPER*, 755(1–10).
<https://doi.org/10.1088/1742-6596/755/1/011001>
- Sumitro Sarkum, Bambang Agus Pramuka, & Agus Suroso. (2017). Dynamic Marketing through Engagement Answering the Role of Marketing functions. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, 5(9), 5–23.
- Susanti, E. (2018). Kualitas Layanan Internal Yang Memengaruhi Kepuasan. *Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 11(1), 95–110.

Yulia, P. R., Baga, L. M., & Djohar, S. (2016). *Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Apotek Dan Tingkat Pengetahuan Konsumen Mengenai Standar Pelayanan Kefarmasian Yang Berlaku (Studi Kasus Di Kota Depok)*. 2(3), 312–322. <https://doi.org/10.17358/JABM.2.3.312>