

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan
Konsumen Di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu
Kabupaten Labuhanbatu

Muhammad Surya

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu, muhammad.suryabeteng@gmail.com

Abstract

This study was conducted at Cafe Mawar Desa Cinta Makmur, Panai Hulu Sub-District, Labuhanbatu, which aims to find and identify the effect of Service Quality, location, price and taste on consumer satisfaction in Cafe Mawar. This type of research is associative research. Quantitative descriptive data collection by distributing questionnaires to 50 respondents. Data collection techniques are carried out by interviews, questionnaires and documentation studies. Data analysis tools used in this study using SPSS (statistical Product Software Solusion). Analytical techniques in this study are descriptive analysis, hypothesis testing using partial significant Test (t test), simultaneous significance test (F test) and determinant coefficient test (R²). The results of this study showed that partially (t test) service quality positive and significant effect on consumer satisfaction with $T_{hitung} (2,152) > T_{table} (1,67943)$, location positive and significant effect on consumer satisfaction with $T_{hitung} (2,351) > T_{table} (1,67943)$, price positive and significant effect on consumer satisfaction with $T_{hitung} (2,120) > T_{table} (1,67943)$ and taste effect on consumer satisfaction with $(2,162) > T_{table} (1,67943)$. While the results of the simultaneous Test (Test F) quality of service, location, price and taste together (simultaneous) significantly affect consumer satisfaction with $F_{hitung} (14,185) > F_{table} (2,578)$. Through testing coefficient determination (R Square) of 0.558 means 55.8% of the factors of consumer satisfaction at Cafe Mawar Cinta Makmur Village Panai Hulu District Labuhanbatu can be explained by the quality of service, location, price and taste. While the remaining 44.2% can be explained by other factors that are not studied in this study.

Keywords: *Quality Of Service, Location, Price, Taste And Customer Satisfaction.*

Pendahuluan

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar tujuan perusahaan yang diharapkan bisa tercapai secara maksimal, dalam bisnis kuliner seperti cafe kemampuan bersaing perusahaan tidak hanya didasarkan pada skillnya saja tetapi juga diperlukan keunggulan kerja secara kompetitif seperti pada kualitas pelayanan terhadap konsumen, lokasi usaha, harga yang diberikan untuk memuaskan konsumen dan cita rasa produk yang dapat memuaskan konsumen sehingga dapat mendorong keberlangsungan dan keberhasilan cafe tersebut.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dan kecepatan dalam mengimbangi harapan konsumen. Dalam dunia kuliner kualitas pelayanan sangat penting dan sering menjadi patokan utama karena pelayanan yang terbaik merupakan profit strategi dalam meningkatkan lebih banyak konsumen baru. Dengan adanya fasilitas-fasilitas yang mendukung seperti toilet, area parkir dan tempat untuk melakukan ibadah seperti mushola yang biasanya dilakukan para umat muslim untuk melaksanakan sholat, maka hal ini bisa menjadi pusat perhatian konsumen dalam menentukan keputusan dalam berkunjung.

Lokasi merupakan cara pemilihan tempat yang dilihat dari jarak maupun keadaan tempat usaha, maka dalam bisnis kuliner seperti cafe lokasi yang dipilih harus strategis dalam arti mudah dijangkau, didaerah sekitar pusat perbelanjaan dan daerah pemukiman

ramai penduduk sehingga kemungkinan besar usaha yang didirikan dapat sesuai dengan tujuan yang diharapkan, lokasi bukan hanya dilihat dari jarak seberapa jauh tempat usaha yang didirikan dan seberapa strategis letak usaha tersebut karena keadaan yang bersih dan nyaman adalah salah satu hal yang terkait dengan lokasi, maka apabila lokasi sudah strategis serta keadaan tempatpun bersih maka konsumen yang berkunjung akan sangat mendapatkan keinginan yang diharapkan seperti kenyamanan yang akhirnya kepuasan atas lokasi tersebutpun didapatkannya.

Cita rasa adalah faktor utama yang tidak mungkin dan bahkan tidak bisa untuk diabaikan, keadaan yang sering terjadi dalam bisnis kuliner adalah kualitas rasa, memang sulit untuk mengikuti lidah para konsumen, karena setiap orang pasti mempunyai kesukaan atau kesenangan pada suatu makanan yang berbeda-beda dalam rasa, tapi inilah tantangan bagi pengusaha kuliner dalam mempertahankan konsumen agar menjadi pelanggan tetap.

Maka dengan ini peneliti menyimpulkan bahwa dalam bisnis kuliner seperti cafe tentunya hal-hal yang berpengaruh pada kepuasan konsumen yaitu kualitas layanan, harga, lokasi dan cita rasa, ketika ke empat elemen ini sesuai dengan keinginan konsumen tentunya konsumen akan merasa keinginannya terpenuhi dan mendapatkan kepuasan tersebut. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk membahas penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur, Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu".

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis merumuskan permasalahan didalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel kepuasan konsumen (Y) di Cafe Mawar, Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu?
2. Apakah variabel lokasi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) di Cafe Mawar, Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu?
3. Apakah variabel harga (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) di Cafe Mawar, Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu?
4. Apakah variabel citarasa (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) di Cafe Mawar, Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu?
5. Apakah variabel kualitas pelayanan (X_1), lokasi (X_2), harga (X_3) dan citarasa (X_4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) di Cafe Mawar Desa cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu?

Tujuan Penelitian

Setelah dilakukan penelitian ini maka tujuan yang diharapkan akan dicapai sebagai hasil dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan (X_1), lokasi (X_2), harga (X_3) dan cita rasa (X_4) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) di Cafe Mawar.

Landasan Teori

Kualitas Pelayanan

Menurut Fitzsimmons dalam Sulastiyono (2011:35-36 dalam Dwi Pranata 2018) dalam menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu yang kompleks, dan tamu akan menilai kualitas pelayanan melalui lima prinsip dimensi pelayanan sebagai ukurannya yaitu : reliabilitas (*reliability*), responsif (*responsiveness*), kepastian/jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan nyata (*tangibles*).

Menurut Fandi Tjiptono (2012:157 dalam Fiqihta, Kuraesin, and Muniroh 2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Wyckof dalam Lovelock yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012:270 dalam Fiqihta, Kuraesin, and Muniroh 2019) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat dari keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen atau pelanggan.

Lokasi

Lokasi menurut Kotler dan Armstrong (2014:76 dalam Ravena sifa 2016) adalah tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran, fungsinya untuk mempermudah calon konsumen untuk mendapatkan produk yang ditawarkan.

Menurut Lupiyoadi (2013:96 dalam Dwi Pranata 2018) lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan.

Lokasi menurut Tjiptono (2015:345 dalam Ravena sifa 2016) lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:410 dalam Apriliani 2017) Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa.

Menurut Philip Kotler (2012 dalam Stephanie Djimantoro and Chandra 2019) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu produk atau jasa tersebut.

Daryanto (2013:62 dalam Apriliani 2017) mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk.

Cita Rasa

Menurut Anonim (dalam Aziz 2012 dalam Ramlah Ritonga 2014) Cita Rasa adalah suatu cara pemilihan makanan dan minuman yang harus dibedakan dari rasa taste makanan minuman tersebut. Cita rasa makanan meliputi penampilan dan rasa makanan.

Cita rasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima macam indera manusia, yakni perasa, penciuman, perabaan, penglihatan, dan pendengaran. (Muhammad Miftahul Munir 2014)

Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu” (Muhammad Miftahul Munir 2014)

Kepuasan Konsumen

Kotler (2012:46 dalam Sulaeman et al. 2017) mendasarkan bahwa Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

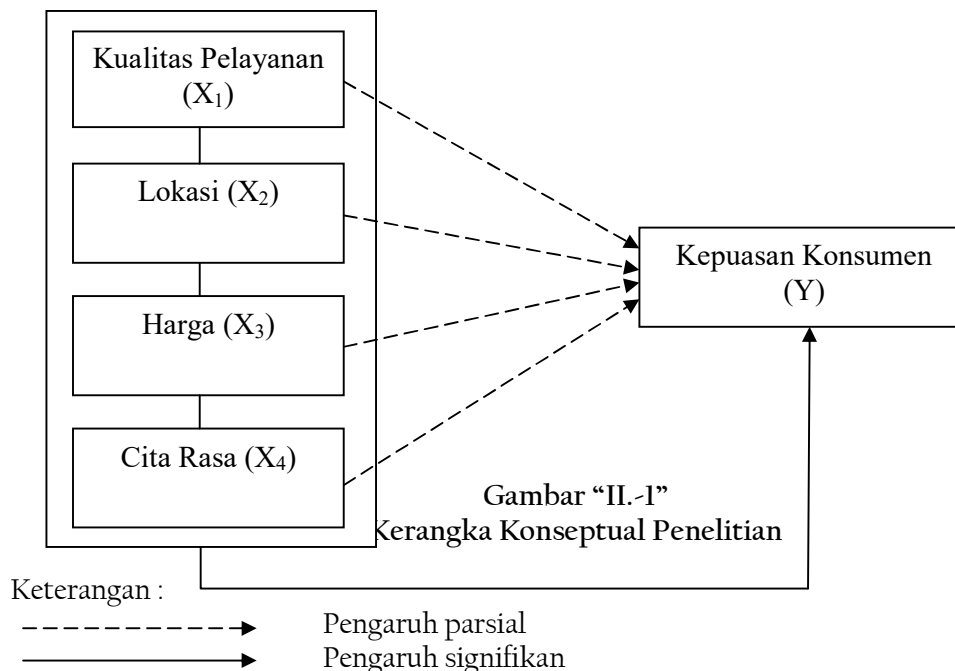
Menurut teori Supranto dalam Susanti (2014:12 dalam Indriaty 2016) kepuasan konsumen merupakan label yang digunakan oleh konsumen untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa.

Kotler menyebutkan dalam buku Sunyoto (2013 dalam Fahrurrizal 2019) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Kerangka Konseptual

Kualitas pelayanan yang baik dapat menumbuhkan loyalitas terhadap para konsumen, lokasi sebagai strategi dalam mencapai tujuan perusahaan, harga sebagai penentu dalam pengambilan keputusan bagi para konsumen, cita rasa yang menjadi ciri khas pada suatu produk dan kepuasan konsumen adalah output dari keempat elemen tersebut yang dapat menjamin keberlangsungan hidup perusahaan.

Berdasarkan hasil teori yang dikemukakan diatas maka dalam penelitian ini terdapat 4 variabel independen diantaranya yaitu kualitas pelayanan, lokasi, harga dan cita rasa serta 1 variabel dependen yaitu kepuasan konsumen yang digambarkan dalam pengembangan kerangka teoritis sebagai berikut :



Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- a) H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Mawar desa Cinta Makmur.
- b) H2 : Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur.

- c) H3 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur.
- d) H4 : Cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur.
- e) H5 : Kualitas pelayanan, lokasi, harga dan cita rasa secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan data kualitatif yaitu pendekatan dengan cara observasi langsung lapangan, dan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket atau kuisioner. Dengan pendekatan ini diharapkan dapat diketahui variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, lokasi, harga dan cita rasa terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu.

Tempat Dan Waktu Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian, lokasi penelitian berada di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur, Kecamatan Panai Hulu, Kabupaten Labuhanbatu, Tahun 2020. Waktu penelitian ini diperkirakan memakan waktu selama 4 bulan, hingga penelitian selesai, mulai dari proses melengkapi data, observasi lapangan hingga proses pengisian kuisioner. Penelitian ini dimulai pada hari Jum'at, 28 Februari 2020 sampai dengan Sabtu, 20 Juni 2020. Penelitian dilakukan pada siang hari mulai pukul 15.00 WIB sampai dengan malam hari pukul 22.00 WIB.

Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen yang berkunjung di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu yaitu berjumlah 57 orang perharinya.

Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = jumlah sampel

N = jumlah seluruh populasi

e = toleransi eror/error margin

taraf keyakinan 95% akan kebenaran hasil (yakin bahwa penelitian yang dilakukan 95% adalah benar) dan taraf signifikansinya 0,05 saja kesalahan yang akan terjadi.

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$n = 57 / (1 + (57 \times 0,05^2))$$

$$n = 57 / (1 + (57 \times 0,0025))$$

$$n = 57 / (1 + 0,1425)$$

$$n = 57 / 1,1425$$

$$n = 49,890 \rightarrow \text{dibulatkan menjadi } 50$$

Maka besar sampel dari 57 populasi pada margin of error 5% yaitu sebesar 50. Dari perhitungan tersebut menunjukkan bahwa sampel penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 responden .

Hasil Dan Pembahasan

Uji Hipoteis

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji kevalidan suatu kuesioner sebagai suatu instrumen. Dengan pengambilan keputusan yaitu :

- Jika r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- Jika r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel. 1. Hasil Pengujian Validitas Instrument

Variabel	Indikator	Nilai r Hitung Validitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	Pernyataan 1	0,555	Valid
	Pernyataan 2	0,640	Valid
	Pernyataan 3	0,658	Valid
	Pernyataan 4	0,639	Valid
	Pertanyaan 5	0,804	Valid
	Pernyataan 6	0,660	Valid
	Pernyataan 7	0,452	Valid
	Pernyataan 8	0,640	Valid
	Pernyataan 9	0,662	Valid
	Pernyataan 10	0,455	Valid
Lokasi (X_2)	Pernyataan 1	0,630	Valid
	Pernyataan 2	0,582	Valid
	Pernyataan 3	0,602	Valid
	Pernyataan 4	0,592	Valid
	Pernyataan 5	0,684	Valid
	Pernyataan 6	0,433	Valid
	Pernyataan 7	0,536	Valid
	Pernyataan 8	0,657	Valid
	Pernyataan 9	0,502	Valid
	Pernyataan 10	0,548	Valid
Harga (X_3)	Pernyataan 1	0,616	Valid
	Pernyataan 2	0,673	Valid
	Pernyataan 3	0,531	Valid
	Pernyataan 4	0,518	Valid
	Pertanyaan 5	0,545	Valid
	Pernyataan 6	0,409	Valid
	Pernyataan 7	0,486	Valid
	Pernyataan 8	0,529	Valid
	Pernyataan 9	0,531	Valid
	Pernyataan 10	0,408	Valid
Cita Rasa (X_4)	Pernyataan 1	0,721	Valid
	Pernyataan 2	0,660	Valid
	Pernyataan 3	0,710	Valid
	Pernyataan 4	0,762	Valid
	Pertanyaan 5	0,764	Valid
	Pernyataan 6	0,520	Valid

	Pernyataan 7	0,658	Valid
	Pernyataan 8	0,646	Valid
	Pernyataan 9	0,551	Valid
	Pernyataan 10	0,670	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Pernyataan 1	0,567	Valid
	Pernyataan 2	0,682	Valid
	Pernyataan 3	0,666	Valid
	Pernyataan 4	0,557	Valid
	Pernyataan 5	0,604	Valid
	Pernyataan 6	0,549	Valid
	Pernyataan 7	0,492	Valid
	Pernyataan 8	0,510	Valid
	Pernyataan 9	0,555	Valid
	Pernyataan 10	0,425	Valid

Sumber : Data Diolah (2020)
 IBM Statistic SPSS V. 20

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas instrument penelitian seluruh variabel dalam penelitian dinyatakan valid, hal ini dapat dilihat dari keseluruhan nilai r hitung $> 0,30$ sehingga layak digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Butir pertanyaan yang sudah dinyatakan valid dapat ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika r alpha positif atau $>$ dari r tabel maka pernyataan tersebut reliabel.
- Jika r alpha negatif atau $<$ dari r tabel maka pernyataan tersebut tidak reliabel.

Tabel. 2. Hasil Pengujian Reliabilitas Instrument

Variabel	Nilai R Hitung Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,815	Reliabel
Lokasi (X_2)	0,771	Reliabel
Harga (X_3)	0,702	Reliabel
Cita Rasa (X_4)	0,850	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,741	Reliabel

Sumber : Data Diolah (2020)
 IBM Statistic SPSS V. 20

Berdasarkan tabel "II" menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas dinyatakan reliabel hal ini dilihat dari r hitung $> 0,60$ sehingga dapat dikatakan bahwa instrument penelitian layak dipergunakan dalam penelitian.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan (X_1), lokasi (X_2), harga (X_3) dan Cita rasa (X_4)) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen (Y)). Untuk memperoleh hasil pada penelitian ini, penulis menggunakan program software SPSS V 20. Maka hasilnya yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,804	5,632		,143	,887
1 Kualitas pelayanan	,257	,119	,271	2,152	,037
Lokasi	,265	,113	,278	2,351	,023
Harga	,286	,135	,250	2,120	,040
Citarasa	,176	,081	,231	2,162	,036

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen
 Sumber : Data Diolah (2020)
 IBM Statistic SPSS V. 20

Berdasarkan tabel diatas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel *Coefficients* pada kolom *Unstandardized Coefficients* dalam kolom B terdapat nilai constant/konstanta sebesar 0,804 sedangkan nilai untuk coefficients regresi pada kualitas pelayanan (X_1) = 0,257, lokasi (X_2) = 0,265, harga (X_3) = 0,286, cita rasa (X_4) = 0,176. Dari hasil tersebut dapat dirumuskan model regresi berganda dalam penelitian ini yang kemudian diinterpretasikan makna dari model regresi berganda tersebut yaitu :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + e$$

$$Y = 0,804 + 0,257 + 0,265 + 0,286 + 0,176$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi diatas sebagai yaitu berikut :

- 1) Konstanta sebesar 0,804 menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan (X_1), lokasi (X_2), harga (X_3) dan cita rasa (X_4) diabaikan atau sama dengan nol, maka kepuasan konsumen (Y) adalah 0,804.
- 2) Koefisien regresi dari kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,257. Artinya yaitu apabila setiap kenaikan tingkat kualitas pelayanan (X_1) sebesar satu point maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,257, dan sebaliknya.
- 3) Koefisien regresi dari lokasi (X_2) sebesar 0,265. Artinya yaitu apabila setiap kenaikan tingkat lokasi (X_2) sebesar satu point maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,265, dan sebaliknya.
- 4) Koefisien regresi dari harga (X_3) sebesar 0,286. Artinya yaitu apabila setiap kenaikan tingkat harga (X_3) sebesar satu point maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan 0,286, dan sebaliknya.
- 5) Koefisien regresi dari cita rasa (X_4) sebesar 0,176. Artinya yaitu apabila setiap kenaikan tingkat cita rasa (X_4) sebesar satu point maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan 0,176, dan sebaliknya.

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, lokasi, harga dan cita rasa sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen.

Uji t dengan menggunakan taraf signifikansi level 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- Jika nilai sig. \leq 0,05 maka dikatakan signifikan. Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak sehingga dapat dikatakan ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- Jika nilai sig. \geq 0,05 maka dikatakan tidak signifikan. Artinya H_a ditolak dan H_0 diterima sehingga dapat dikatakan tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Selanjutnya hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

Tabel 4. Hasil Uji. T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,804	5,632		,143	,887
1					
Kualitaspelayanan	,257	,119	,271	2,152	,037
Lokasi	,265	,113	,278	2,351	,023
Harga	,286	,135	,250	2,120	,040
Citarasa	,176	,081	,231	2,162	,036

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber : Data Diolah (2020)
 IBM Statistic SPSS V. 20

Dari tabel *coefficients* dapat dilihat bahwa pengaruh dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) memiliki nilai $T_{hitung} = 2,152$ dengan $T_{tabel} = 1,67943$. Dengan taraf signifikansi 0,037. Dengan demikian nilai $T_{hitung} 2,152 > T_{tabel} 1,679$ dengan taraf signifikansi $0,037 < 0,05$, maka kesimpulannya adalah H_0 ditolak dan H_{a1} diterima, artinya secara parsial variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).
2. Variabel Lokasi (X_2), memiliki nilai $T_{hitung} = 2,351$ dengan $T_{tabel} = 1,67943$. Dengan taraf signifikansi 0,023. Dengan demikian nilai $T_{hitung} 2,351 > T_{tabel} 1,679$ dengan taraf signifikansi $0,023 < 0,05$, maka kesimpulannya adalah H_0 ditolak dan H_{a2} diterima, artinya secara parsial variabel lokasi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).
3. Variabel Harga (X_3), memiliki nilai $T_{hitung} = 2,120$ dengan $T_{tabel} = 1,67943$. Dengan taraf signifikansi 0,040. Dengan demikian $T_{hitung} 2,120 > T_{tabel} 1,679$ dengan taraf signifikansi $0,040 < 0,05$, maka kesimpulannya adalah H_0 ditolak dan H_{a3} diterima,

artinya secara parsial variabel harga (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

4. Variabel Cita Rasa (X_4), memiliki nilai $T_{hitung} = 2,162$ dengan $T_{tabel} = 1,67943$. Dengan taraf signifikansi $0,036$. Dengan demikian $T_{hitung} 2.162 > T_{tabel} 1.679$ dengan taraf signifikansi $0,036 < 0,05$, maka kesimpulannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial variabel cita rasa (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Uji serentak atau uji F untuk menguji apabila variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan dengan variabel terikat, dengan langkah-langkah seperti berikut :

Tabel 5. Hasil Uji. F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	367,290	4	91,823	14,185	,000 ^b
Residual	291,290	45	6,473		
Total	658,580	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

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

Sumber : Data Diolah (2020)

IBM Statistic SPSS V. 20

Dari tabel ANOVA pada pengujian simultan (Uji. F) dilakukan dengan cara membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Nilai F_{hitung} dapat diperoleh dari hasil pengujian SPSS dan nilai F_{tabel} yang digunakan adalah nilai F dengan derajat kebebasan (df) pada $df1 = k-1$ dan $df2 = n-k$ pada $\square\square\square\square\square\square\square$ yaitu dengan cara :

$$Df1 = 5-1 = 4$$

$$Df2 = 50-5 = 45 (2,58)$$

Dari hasil pengujian statistik yang dilakukan, maka diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $14,185 > F_{tabel} 2,58$ dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya adalah kualitas pelayanan, lokasi, harga dan cita rasa secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu.

Koefesien Determinasi (R^2)

Koefesien determinan (R^2) dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui besar kecilnya kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dalam kata lain koefesien determinan (R^2) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independent (bebas) dapat menjelaskan variabel dependen (terikat). dimana $0 \leq R^2 \leq 1$. Bila R^2 semakin mendekati nilai 1 maka menunjukkan semakin kuatnya hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika determinan (R^2) semakin kecil atau mendekati 0 maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin lemah.

Tabel 6. Koefisien Determinasi (R^2)
 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,747 ^a	,558	,518	2,544	2,041

a. Predictors: (Constant), Citarasa, Lokasi, Harga, Kualitaspelayanan

b. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Sumber : Data Diolah (2020)

IBM Statistic SPSS V. 20

Tabel 6. menunjukkan bahwa :

- a) $R = 0,747$ berarti hubungan variabel kualitas pelayanan, lokasi, harga dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen sebesar 74,7%. Artinya memiliki hubungan yang erat. Untuk memastikan tipe hubungan antar variabel dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 6. Hubungan Antar Variabel

Nilai	Interprestasi
0,0 - 0,19	Sangat Tidak Erat
0,2 - 0,39	Tidak Erat
0,4 - 0,59	Cukup Erat
0,6 - 0,79	Erat
0,8 - 0,99	Sangat Erat

Sumber : Situmorang (214 : 170)

- b) $R Square$ sebesar 0,558 berarti 55,8% faktor kepuasan konsumen pada Cafe Mawar di Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, lokasi, harga dan cita rasa. Sedangkan sisanya 44,2% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini atau 44,2% terdapat pada variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- c) $Ajustted R Square$ sebesar 0,518 berarti 51,8% faktor-faktor kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, lokasi, harga dan cita rasa. Sedangkan sisanya 48,2% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini atau 48,2% terdapat pada variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- d) $Standart Error of the Estimate$ adalah 2,544. Artinya kesalahan dalam memprediksi kepuasan konsumen sebesar 2,544%.

Pembahasan

HI – Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1, melalui uji t dapat diperoleh T_{hitung} (2,152) > T_{tabel} (1,679), yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Sementara itu nilai signifikan $0,037 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Koefisien regresi dari kualitas pelayanan sebesar 0,257. Artinya jika setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,257 satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,257 dan sebaliknya. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur.

Pada pernyataan ini responden memiliki 10 item pernyataan yang harus dijawab. Dengan melihat rata-rata jawaban responden mayoritas konsumen menjawab setuju. Hal ini terbukti bahwa kualitas pelayanan dapat memberi pengaruh positif dan menarik sejumlah konsumen untuk berkunjung di Cafe Mawar.

H2 - Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 2, melalui uji t dapat diperoleh $T_{hitung} (2,351) > T_{tabel} (1,679)$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Sementara itu nilai signifikan $0,023 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Koefisien regresi dari lokasi sebesar 0,265. Artinya setiap kenaikan variabel lokasi sebesar 0,265 satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,265, dan sebaliknya. Nilai t positif yang lebih kecil dari nilai signifikansi menunjukkan bahwa variabel lokasi mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur.

Pada pernyataan ini responden memiliki 10 item pernyataan yang harus dijawab. Dengan melihat rata-rata jawaban responden mayoritas konsumen menjawab setuju. Hal ini terbukti bahwa lokasi dapat memberi pengaruh positif dan menarik sejumlah konsumen untuk berkunjung di Cafe Mawar.

H3 - Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 3, untuk variabel harga (X_3). $T_{hitung} (2,120) > T_{tabel} (1,67943)$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Sementara itu nilai signifikan $0,040 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Koefisien regresi dari harga sebesar 0,286. Artinya setiap kenaikan variabel harga sebesar 0,286 satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan 0,286, dan sebaliknya. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur.

Pada pernyataan ini responden memiliki 10 item pernyataan yang harus dijawab. Dengan melihat rata-rata jawaban responden mayoritas konsumen menjawab setuju. Hal ini terbukti bahwa harga dapat memberi pengaruh positif dan menarik sejumlah konsumen untuk berkunjung di Cafe Mawar.

H4 - Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 4, variabel cita rasa (X_4). $T_{hitung} (2,162) > T_{tabel} (1,67943)$. Yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Sementara itu nilai signifikan $0,036 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Koefisien regresi dari cita rasa sebesar 0,176. Artinya setiap kenaikan variabel cita rasa sebesar 0,176 satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan 0,176, dan sebaliknya. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel cita rasa mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur.

Pada pernyataan ini responden memiliki 10 item pernyataan yang harus dijawab. Dengan melihat rata-rata jawaban responden mayoritas konsumen menjawab setuju. Hal ini terbukti bahwa cita rasa dapat memberi pengaruh positif dan menarik sejumlah konsumen untuk berkunjung di Cafe Mawar.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara parsial bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu dengan $T_{hitung} (2,152) > T_{tabel} (1,67943)$.
2. Secara parsial bahwa variabel lokasi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu dengan $T_{hitung} (2,351) > T_{tabel} (1,67943)$.
3. Secara parsial bahwa variabel harga (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu dengan $T_{hitung} (2,120) > T_{tabel} (1,67943)$.
4. Secara parsial bahwa variabel cita rasa (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu dengan $T_{hitung} (2,162) > T_{tabel} (1,67943)$.
5. Variabel kualitas pelayanan (X_1), lokasi (X_2), Harga (X_3) dan cita rasa (X_4) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu.
6. Variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu adalah variabel harga (X_3).
7. Secara Koefisien Determinasi (R^2) bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1), lokasi (X_2), harga (X_3) dan cita rasa (X_4) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 74,7 %. Artinya memiliki hubungan erat, melalui pengujian determinasi (*R Square*) sebesar 0,558 berarti 55,8 % faktor-faktor kepuasan konsumen di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, lokasi, harga dan cita rasa. Sedangkan sisanya 44,2 % dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan penelitian, maka diajukan saran sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Adapun saran yang dapat saya berikan kepada Cafe Mawar Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu agar memperhatikan para karyawan dalam menyikapi para pengunjung (konsumen) untuk meminimalisir kekecewaan para konsumen, dengan cara memberi arahan-arahan bagaimana cara menyikapi konsumen yang berkunjung, baik saat pemesanan, penyampaian pesanan (penyajian) hingga transaksi. Karena dari hasil penelitian yang saya dapatkan melalui observasi/pengamatan bahwa sikap karyawan kurang ramah dan peduli, dalam menyikapi pengunjung.

- a. Kualitas pelayanan adalah faktor yang sangat diperhatikan oleh para konsumen dalam semua jenis bisnis, kualitas pelayanan merupakan strategi yang dapat menarik konsumen untuk menjadi pelanggan, semakin baiknya kualitas pelayanan maka semakin baik pula citra perusahaan. Perlu ditingkatkan lagi kualitas pelayanan agar konsumen tidak merasa kecewa atau jera saat berkunjung atas pelayanan yang diberikan, terutama dalam penyikapan.
- b. Lokasi merupakan strategi yang dapat menarik perhatian konsumen, baik dari tata letak, dekorasi, maupun desain cafe, lokasi yang dapat memuaskan konsumen adalah lokasi yang nyaman, sejuk, dan terjaga kebersihannya. Sebaiknya perlu diperhatikan soal kebersihan, agar konsumen yang berkunjung tidak merasa

terganggu atas keadaan tempat yang kotor, dalam artian sebaiknya perlu diperhatikan konsumen yang telah selesai menikmati menu makanan/minuman kemudian beranjak meninggalkan tempat, maka tempat yang selesai dipakai konsumen tersebut segera dibersihkan dan meja dirapikan agar pengunjung yang lain yang baru saja datang merasa senang dan nyaman atas keadaan tempat yang bersih dan tertata rapi.

- c. Harga adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, untuk pelanggan sebaiknya diberi diskon harga jika membeli dalam jumlah yang banyak. Karena pelanggan adalah seseorang yang percaya akan kinerja suatu perusahaan yang dianggapnya baik, jadi jangan disamakan antara konsumen dengan pelanggan, sebab pelanggan sudah pasti akan membeli ulang ditempat yang sama jika memang dianggapnya dapat memuaskan keinginan mereka.
 - d. Cita rasa merupakan faktor yang tak kalah penting dalam bisnis kuliner, sebaiknya dalam bisnis kuliner dapat menciptakan menu andalan yang dapat menjadi ciri khas dari cafe itu sendiri yang pastinya berbeda dari pesaing sejenis.
 - e. kualitas pelayanan, lokasi, harga dan cita rasa adalah faktor-faktor yang vital dalam sebuah bisnis kuliner, maka sangat diperlukan sekali perhatian atau perbaikan didalam keempat variabel ini, karena keempat variabel ini adalah modal yang dapat memuaskan konsumen dalam kata lain dapat mempengaruhi laba perusahaan.
2. Bagi peneliti selanjutnya

Alangkah baiknya apabila menambah variabel penelitian, memperluas sampel atau menggunakan sampel yang lebih banyak jumlahnya setidaknya saya menyarankan untuk minimalnya adalah 100 sampel, hal ini bertujuan agar data yang diperoleh melalui kuesioner dapat menjawab tujuan penelitian atau bahkan dapat membuktikan hipotesis-hipotesis yang telah dirumuskan. Saya sangat berharap apabila ada peneliti selanjutnya maka peneliti dapat mengembangkan penelitian ini serta mencari dari berbagai sumber seperti buku maupun jurnal supaya memperkuat hasil penelitian dan untuk mengetahui variabel lain yang dapat memuaskan konsumen atau variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

3. Bagi karyawan perusahaan

Saya berharap agar anda menjadikan pekerjaan anda sebagai hobi, yang tujuannya agar anda tidak merasa bosan atau terbebani dengan pekerjaan anda saat ini, ketahuilah bahwa sikap anda mempengaruhi nama baik perusahaan. Untuk saling menjaga maka tanamkanlah sikap tenang, jujur, ramah, sopan dan santun saat berkomunikasi terhadap konsumen serta tanggung jawab terhadap pekerjaan anda, karena apapun bentuk bisnisnya atau perusahaannya pasti karyawanlah yang lebih dahulu diperhatikan oleh para konsumen, sehingga konsumen bisa menjadi pelanggan. Ketahuilah kesuksesan sebuah perusahaan itu berawal dari staf-staf atau karyawannya apalagi dalam bisnis kuliner bahwa karyawan adalah faktor utama dalam menunjang kemajuan perusahaan, kesuksesan perusahaan adalah kesuksesan karyawan, maka sama-sama menjaga, sama-sama atasi masalah, sama-sama bertanggung jawab. Jangan pernah mengeluh terhadap lelahnya pekerjaan dan harusnya bersyukur karena masih mendapat pekerjaan, bagaimana orang diluar sana yang ingin bekerja namun tidak bisa bekerja disebabkan sulitnya lapangan pekerjaan.

Daftar Pustaka

Apriliani, Ratna. 2017. "Pengaruh Harga Dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Peserta Didik." Bandung: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan. <http://repository.unpas.ac.id/15870/>.

- Darmawan, Dani. 2019. "Bab III." Universitas Komputer. 2019. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Donny Riswanto. 2019. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Restoran Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Banteng No. 14, Bandung)." Bandung: Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/44987>.
- Dr. H. Bahrul Kirom, M.M., M.si. 2014. "Mengukur Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen". 4th ed. Bandung: Pustaka Reka Cipta.
- Drs. Danang sunyoto, SH., S.E., M.M. 2019. "Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran". 3rd ed. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Fahrurrizal, Doni. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Waiter Dan Waiters Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Hotel Grand Legi Mataram." Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Mataram: Universitas Muhammadiyah Mataram. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Febiyanti, Nilam. 2018. "Analisis Faktor-Faktor Persepsi Kualitas, Harga Dan Keputusan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Tasya Cake." *Ekonomi Manajemen*. kediri: UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI. http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2018/14.1.02.02.0292.pd.
- Fiqihtha, Elmi, Hj Ecin Kuraesin, and Leny Muniroh. 2019. "Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Ilmu Manajemen* 2 (1): 127-44. <http://ejournal.uikabogor.ac.id/index.php/Manager/index>.
- Hariyani, Reni, and Brury Trya Sartana. 2015. "Pengaruh Brand Image, Lokasi, Dan Fasilitas Pendidikan Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Untuk Berkuliah Di Universitas Dan Akademi Sekretari Budiluhur Tahun Akademi 2014/2015." 161-75. <http://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/305/249>.
- Ihsan, Fikri. 2018. "Pengaruh Market Value Dan Dividend Payout Ratio Terhadap Holding Period." <Http://Repository.Unpas.Ac.Id/33042/>. Bandung: Universitas Pasundan. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2010v5n1.2536>.
- Indriaty, Lulu. 2016. "Pelayanan Jasa Atas Dimensi Empat Kepuasan Konsumen." *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis* 4 (1): 24-36. <https://doi.org/10.26486/jpsb.v4i1.445>.
- Kila, Yenny, and Yosoef Moan Banda. 2019. "Bauran Pemasaran Dan Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk AICE Di UD. Stan Jaya Kelurahan Paupire Kecamatan Ende Tengah Kabupaten Ende Yenny." *Pendidikan Ekonomi* 4 (2): 75-80. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Maharani, Oktavia Retno, Heri Wijayanto, and Tegoeh Hari Abrianto. 2020. "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas." *Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 4 (1): 97-111. <https://doi.org/http://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/isoquant>.
- Maramis, Freekley Steyfil, Jantje L Sepang, and Agus Supandi Soegoto. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6 (3): 1658-67. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>.
- Muhammad Miftahul Munir. 2014. "Analisis Pengaruh Citarasa Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Bebek Goreng H. Slamet Cabang Kartosuro (Solo) Di Pekanbaru." Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru Riau. Pekanbaru Riau: Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Pranata, Dwi. 2018. "Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap

- Keputusan Pembelian Konsumen Di Sion Furnicenter Pakuwon Trade Center Surabaya.* SURABAYA: Universitas Katolik Darma Cendikia.
- Prof. J. supranto, M.A., APU. 2011. "Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan". 4th ed. Jakarta: Rineka Cipta.
- Putra, Eri Ardiyansah, Jeny Susyanti, and M. Hufron. 2016. "Pengaruh Analisis Current Ratio , Cash Ratio, Debt To Equity Ratio (Der), Dan Total Assets Turnover (Tato) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Ekonomi Kreatif Sub Sektor Fashion Di Kota Malang Tahun 2014-2019 Oleh." *Prodi Manajemen* 9 (13): 79–93. <https://doi.org/www.fe.unisma.ac.id> (email).
- Putra, Vio Rachma Bangkit Hani, Andri Tri Haryono, and Azis Fathoni. 2017. "Analysis the Factors Influencing Purchase Decision Of Product Of Smartphone Xiaomi And Oppo With The Top Of Mind As Intervening Variable." *Journal of Management* 4.
- Ramlah Ritonga. 2014. "Analisis Pengaruh Harga, Rasa Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kuku Bima Ener-G Pada Masyarakat Di Kelurahan Bagan Nibung Kec.Simpang Kanan Kab.Rokan Hilir Riau." Medan: Universitas Sumatera Utara Ekonomi Medan. <https://id.123dok.com/document/8yd54lqp-analisis-pengaruh-kemasan-terhadap-keputusan-pembelian-masyarakat-kelurahan.html>.
- Ravena sifa. 2016. "Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian Venus Bakery." *Repository*. Jakarta: universitas Islam Negeri syarif Hidayatullah. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Richard F. Gerson. 2018. "Mengukur Kepuasan Pelanggan". 3rd ed. Jakarta: PPM.
- Stephanie Djimantoro, and Elisa Chandra. 2019. "Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi, Harga Dan Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Turis Lokal." *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa* 7 (1): 155–69.
- Sugiyono. 2012a. "Bab III Objek Dan Metode Penelitian." *Repository.Unpas.Ac.Id*. Universitas Pasundan. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- . 2012b. *Metode Penelitian Bisnis*. Sebelas. Bandung: Alfabeta.
- . 2014. "Bab III Kerangka Konsep Hipotesis." Universitas Sumatera Utara. [https://doi.org/BAB III Kerangka Konsep Dan Hipotesis 3.1. Kerangka ...repository.usu.ac.id](https://doi.org/BAB_III_Kerangka_Konsep_Dan_Hipotesis_3.1_Kerangka...repository.usu.ac.id).
- Sulaeman, Maman, Sri Sudiarti, Sri Mulyati, Dedeh Sundarsih, and Devy Kustantini. 2017. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kewiraniagaan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pensiun Serta Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah." *Jurnal Aplikasi Bisnis* 17 (2): 40–61. <https://doi.org/10.20885/jabis.voll7.iss2.art3>.
- Utami. 2019. "Pengertian Kualitas Pelayanan Menurut Para Ahli." *Blogspot.Com*. 2019. <https://mnjmn sumberdayamanusia.blogspot.com/2019/06/pengertian-kualitas-pelayanan-menurut-para-ahli.html>.