

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

**LAYLA SAFITRI
NIM. 19.52.11.197**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID
SURAKARTA
2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Manajemen Bisnis Syariah

Oleh:

LAYLA SAFITRI
NIM. 19.52.11.197

Surakarta, 13 Februari 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen pembimbing Skripsi



Purwono, M.Si
NIP. 19860204 201801 1 002

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : LAYLA SAFITRI
NIM : 19.52.11.197
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa)"

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 19 Februari 2023



Layla Safitri

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : LAYLA SAFITRI
NIM : 19.52.11.197
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian saya yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa)".

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan pengambilan data dari responden konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Jika di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan kenyataan sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 19 Februari 2023



Layla Safitri

Purwono, M.Si
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Layla Safitri

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Layla Safitri NIM: 195211197 yang berjudul:

“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa)”

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 13 Februari 2023
Dosen Pembimbing Skripsi



Purwono, M.Si
NIP. 19860204 201801 1 002

PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa)**

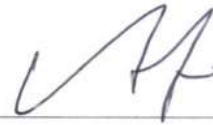
Oleh:

LAYLA SAFITRI
NIM. 19.52.11.197

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Kamis tanggal 02 Maret 2023 M / 9 Sya'ban 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

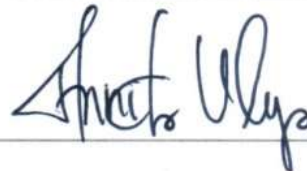
Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Dr. Arif Muanas, M.Sc
NIP. 19760101 201101 1 005



Penguji II
Dr. Hj. Datien Eriska Utami, S.E., M.Si
NIP. 19750824 199903 2 005



Penguji III
Annida Unnatiq Ulya, M.Sc
NIK. 19920930 201810 2 007



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si
NIP. 19720304 200112 1 004

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

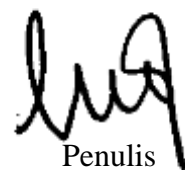
1. Prof. Dr. Mudofir S.Ag.,M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Khairul Imam, S.H.I., M.Si selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Zakky Fahma Auliya, S.E., M.M selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. Asep Maulana Rohimat, S.H.I., M.S.I selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Purwono, S.Si., M,Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Ibu dan Bapak serta kakakku, terimakasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak akan pernah kulupakan.
9. Sahabat-sahabatku dan teman-teman angkatan 2019 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Sukoharjo, 27 Februari 2023



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
NOTA DINAS	v
PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Batasan Penelitian	10
1.7 Jadwal Penelitian	10
1.8 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.2 Fasilitas	15
2.1.3 Lokasi	18
2.1.4 Kepuasan Konsumen	21
2.2 Penelitian yang Relevan	26
2.3 Kerangka Penelitian	29

2.4 Hipotesis	30
2.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	30
2.4.2 Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen	31
2.4.3 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel	34
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.5 Data dan Sumber Data.....	35
3.5.1 Data.....	35
3.5.2 Sumber Data	35
3.6 Teknik Pengumpulan Data	36
3.7 Variabel Penelitian	37
3.8 Definisi Operasional Variabel	39
3.9 Teknis Analisis Data	42
3.9.1 Uji Instrumen	42
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.9.3 Analisis Regresi Linear Berganda	45
3.9.4 Uji Hipotesis	46
3.9.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum	48
4.2 Identitas Responden.....	50
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	50
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Usia	51
4.2.4 Karakteristik berdasarkan pekerjaan.....	52
4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	53
4.3 Analisis Deskripsi Variabel.....	54

4.4 Uji Validitas	60
4.5 Uji Reliabilitas.....	61
4.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	62
4.5.2 Regresi Linier Berganda	66
4.5.3 Uji T.....	67
4.5.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70
4.6 Pembahasan	71
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Gambar Kerangka Penelitian	30
---	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.7 Tabel Jadwal Penelitian	10
Tabel 2.2 Tabel Penelitian Yang Relevan.....	27
Tabel 3.6 Skala Likert.....	37
Tabel 3.8 Operasional Variabel.....	39
Tabel 4.1 Daftar Harga Menu Seblak Dan Minuman	49
Tabel 4.2. Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian	50
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	53
Tabel 4.7 Kriteria Analisis Deskriptif.....	54
Tabel 4.8 Hasil Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan	55
Tabel 4.9 Hasil Pernyataan Variabel Fasilitas	56
Tabel 4.10 Hasil Pernyataan Variabel Lokasi.....	57
Tabel 4.11 Hasil Pernyataan Variabel Kepuasan Konsumen.....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4.17 Hasil Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.18 Hasil Uji T	69
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	91
Lampiran 2 Data Kriteria Responden	96
Lampiran 3 Tabel Tabulasi Data Penelitian.....	99
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	102
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	109
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis.....	111
Lampiran 7 Dokumentasi.....	112
Lampiran 8 Surat Izin Penelitian.....	113
Lampiran 9 Uji Turnitin	114

ABSTRACT

People will cook their own food to be eaten, with the intention of being more efficient and guaranteed, but as the decade progresses, people are busy with their activities. This can be used as an opportunity for culinary business owners who are scattered everywhere, especially in Nguter Subdistrict, Sukoharjo. Another reason that makes people like to eat at restaurants is because of the different atmosphere, as well as the comfort obtained from the quality of service, facilities and location provided to provide comfort to consumers. The Seblak food stall, which was established in 2017, has several problems getting complaints from consumers, namely the need to optimize the facilities provided, the need to expand the parking lot, the queue of buyers is also quite long and needs to be considered about the cleanliness of the place.

This study aims to determine how the influence of consumer perceptions of service quality, facilities, and location on customer satisfaction at Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. This research method uses multiple linear regression analysis which consists of testing data instruments, namely validity and reliability tests, followed by classical assumption tests consisting of normality tests, heteroscedasticity tests and multicollinearity tests.

The last test is multiple linear regression test, partial test (t test), coefficient of determination test with SPSS version 21 test tool and data collection is done using a questionnaire. The results of the partial research conducted show that the service quality and location variables have a significant effect on customer satisfaction, while the facility variable has a positive but insignificant effect on customer satisfaction. The results of this study are to produce data that can be used as information as material for evaluation and development and improvement for all parties in need.

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

ABSTRAK

Orang akan memasak makanan sendiri yang akan dimakan, dengan maksud agar lebih menghemat dan terjamin, namun seiring perkembangan dekadanya seseorang sibuk dengan kegiatannya. Hal tersebut dapat dijadikan peluang bagi pemilik usaha kuliner yang tersebar di mana-mana khususnya di Kecamatan Nguter Sukoharjo. Alasan lain yang membuat orang suka makan di rumah makan adalah karena perbedaan suasana, serta kenyamanan yang didapat dari kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi yang disediakan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen. Warung makan seblak yang berdiri sejak tahun 2017 ini terdapat beberapa masalah mendapat keluhan dari konsumen yaitu perlu optimal fasilitas yang disediakan, perlunya perluasan tempat parkir, antrian pembeli juga cukup panjang dan perlu diperhatikan tentang kebersihan tempat.

Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui bagaimana pengaruh persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Metode penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang terdiri dari pengujian instrumen data yaitu uji validitas dan reliabilitas dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang terdiri uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas.

Uji yang terakhir yaitu uji regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji koefisien determinasi dengan alat uji SPSS versi 21 dan pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian secara parsial yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel fasilitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini adalah menghasilkan data yang dapat dijadikan suatu informasi sebagai bahan evaluasi dan pengembangan maupun perbaikan bagi semua pihak yang membutuhkan.

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan zaman yang makin cepat ini mendorong para pengusaha bisnis dalam bidang kuliner demi mampu bersaing dan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan di rumah makan. Pada umumnya orang akan memasak makanan sendiri yang akan dimakan, dengan maksud agar lebih menghemat dan terjamin, namun seiring perkembangan dekadanya seseorang sibuk dengan kegiatannya. Hal tersebut dapat dijadikan peluang bagi pemilik usaha kuliner yang tersebar di mana-mana khususnya di Kecamatan Nguter Sukoharjo. Alasan lain mengapa orang suka makan di restoran adalah suasana dan kenyamanan berbeda yang mereka dapatkan dari kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi yang menawarkan kemudahan kepada konsumen (Pane et al., 2018).

Persaingan bisnis saat ini tentu menjadi dinamis, kompleks, serta tidak tentu sehingga dapat memicu para pengelola industri dapat berpikir secara kreatif serta inovatif agar dapat membagikan diferensiasi semacam kualitas pelayanan atau jasa, fasilitas, dan lokasi serta aspek individu dari konsumen. Maka dari itu, dengan adanya faktor-faktor tersebut dapat menciptakan pebisnis berpikir lebih dengan memberikan sesuatu hal yang baru agar dapat membuat konsumen tertarik (Mudrikah, 2021).

Perkembangan Sektor industri menjadi prioritas pembangunan ekonomi Kabupaten Sukoharjo. Hal ini dikarenakan sektor industri memegang peranan

yang sangat penting dalam perekonomian wilayah Sukoharjo yaitu sebesar 29,93% dari Produk Domestik Bruto wilayah Sukoharjo pada tahun 2013. Menurut BPS 2011, industri tergolong industri besar, menengah kecil perusahaan, usaha kecil dan industri rumahan (BPS, 2011).

Industri kuliner di Kota Sukoharjo tidak hanya berpacu pada makanan khas daerah tetapi untuk makanan dari daerah lain juga banyak diperjualkan di Kota Sukoharjo salah satunya adalah seblak yang berasal dari Kota Bandung. Meskipun seblak berasal dari kota Bandung, tetapi masyarakat di Kota Sukoharjo juga banyak yang menggemari seblak, terutama kalangan anak muda dan para pecinta makanan pedas (Mudrikah, 2021).

Seblak merupakan masakan khas Sunda dari daerah Parahyangan dengan rasa asin dan pedas (Furnia, 2019). Seblak terbuat dari bahan utama kerupuk basah yang dimasak dengan sayuran dan sumber protein seperti olahan ayam, telur, seafood atau daging sapi dan dimasak dengan kencuri yang memiliki cita rasa yang khas (Armadani, 2014). Kampung Kembang Seblak Bandung. Berdasarkan hasil observasi lapangan/di tempat penelitian Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa . Nama pemilik usaha yaitu Bapak Supardino Kerto Raharjo. Bapak Supardino Kerto Raharjo memiliki beberapa karyawan dalam membantu menjalankan usaha seblak tersebut. Seblak Bandung di Kecamatan Nguter, Sukoharjo ini memang berada di tengah Desa dan bukan di pinggir jalan raya. Meskipun berada di desa, namun banyak masyarakat yang sudah mengetahui keberadaan Warung Makan Seblak Bandung Kembang karena memiliki daya tarik kepada konsumen yaitu konsumen dapat menentukan level

pedes dengan sendiri sesuai selera. Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa yang berdiri sejak tahun 2017 ini terdapat beberapa permasalahan yaitu perlunya optimal fasilitas yang disediakan, perlunya perluasan tempat parkir, antrian pembeli juga cukup panjang dan perlu diperhatikan tentang kebersihan tempat .

Dalam mengukur kepuasan pelanggan di warung makan Seblak Bandung Kembang Desa, penting untuk memperhatikan kualitas pelayanan. Berdasar keterangan Tjiptono (2012), mutu layanan terfokus terhadap usaha untuk memenuhi keperluan serta harapan pelanggan, dan keakuratan pengiriman menghilangkan keinginan pelanggan. Berdasarkan Lupiyoad (2014). , kualitas pelayanan berarti seberapa besar perbedaan antara kenyataan dengan apa yang diharapkan konsumen dari pelayanan yang diterimanya. Dalam arti mampu bersaing dengan keunggulan. Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa harus mengedepankan kualitas pelayanan kepada konsumen. Hal ini berdampak pada konsumen warung makan Seblak Bandung yang merasa dihargai dengan keramahan dan kemampuan pegawai dalam mendengarkan kebutuhan konsumen serta meningkatnya empati melalui komunikasi yang baik.

Menurut Wulandari (2020) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena taraf signifikasinya 0,000 yang dibawah ($<0,05$) serta t_{hitung} (6,308 $>$ t_{tabel} (1,985). Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Tresiya (2018) bahwa secara individual mutu layanan tidak berdampak pada kepuasan pelanggan.

Pane (2018) berpendapat mutu pelayanan berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan karena thitung $2,217 >$ tabel $1,669$. Menurut Albesta (2021), mutu layanan signifikansinya berdampak pada kepuasan pelanggan karena skor thitung $>$ ttabel yaitu $3,243 > 1,979$.

Lokasi bisnis juga menjadi kriteria untuk semua layanan yang ditawarkan dan berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Karena semakin luasnya fasilitas yang ditawarkan semakin mempermudah dan memberikan rasa nyaman kepada konsumen di restorannya (Hidayat, 2017).

Ini adalah penyediaan fasilitas yang sesuai untuk mendukung pengiriman layanan atau layanan. Tempat yang baik dan sempurna dapat menjamin kepuasan, terutama bagi konsumen. Namun, jika ruangan tidak selesai, bisa membuat konsumen merasa tidak puas. Ada sejumlah parameter yang harus dicermati yakni keadaan tempat, dekorasi luar, kelengkapan, serta kebersihan tempat, seperti: penyediaan kipas angin, free Wi-Fi dan sebagainya (Lupiyoadi, 2001).

Dalam penelitian Kevin (2021), ditemukan variabel spasial signifikansinya berdampak pada kepuasan pelanggan. Namun riset Angelia (2022) menemukan bahwasanya fasilitas tidak mempengaruhi kepuasan konsumen. Lokasi merupakan hubungan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya (Lupiyoadi, 2006).

Lokasi atau lokasi dapat merujuk pada tindakan yang diambil restoran untuk membuat produk tersedia dan dapat diakses oleh konsumen belanja.

Berdasarkan konsep di atas, website adalah tempat berlangsungnya aktivitas untuk menghasilkan produk yang dapat dinikmati konsumen (Kotler, 2002).

Bukan hanya mutu fasilitas serta pelayanan, tempat juga menjadi aspek yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan tertarik untuk berbelanja di restoran yang menawarkan variasi makanan atau minuman. Ukuran lokasi adalah beberapa metrik yang harus dipertimbangkan oleh pemilik usaha seperti: adanya area parkir, area yang luas dan tempat strategis hingga gampang diakses (Alma, 2010).

Dalam penelitian ini dampak mutu pelayanan, tempat, dan fasilitas pada kepuasan konsumen menyebabkan hasil riset yang tidak pasti tentang hubungan antara kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi dengan kepuasan pelanggan. Dimana penelitian ini tidak meneliti apakah mutu layanan, tempat, serta fasilitas berdampak pada kepuasan konsumen atau tidak. Menurut Ariyanti (2022), variabel harga ini berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen karena memiliki signifikansi sebesar 0,006 yaitu $H_0 > \alpha 0,05$, namun ada satu variabel yang menghasilkan hasil yang tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu lokasi karena memiliki nilai signifikansi $0,197 > \alpha 0,05$. Sedangkan pada penelitian Herdinata (2020), lokasi signifikansinya berdampak pada kepuasan konsumen, lantaran mempunyai taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Menurut Setiawa et al (2019), hasilnya berbeda. Hasil riset memaparkan bahwasanya fasilitas, tempat, serta mutu berdampak pada kepuasan konsumen dengan nilai R-squared sebesar 0,880 atau 88%. Berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan adanya perbedaan variabel penelitian. Salah satu variabelnya adalah

lokasi. Pada penelitian Ariyanti (2022) terdapat satu variabel yang memberikan hasil yang tidak mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu variabel lokasi, karena memiliki nilai signifikansi $0,197 > \alpha 0,05$. Sedangkan pada penelitian Herdinata (2020), lokasi signifikansinya berdampak pada kepuasan pelanggan karena taraf signifikansinya $0,000 < 0,05$. Hal ini juga berbeda dengan hasil Setiawa et al. (2019) menunjukkan bahwa lokasi, fasilitas dan kualitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai R-squared sebesar 0,880 atau 88%.

Menurut Kotler (2002), kepuasan konsumen ialah rasa kecewa ataupun senang yang diperoleh melalui perbandingan kinerja akan rasa suatu produk terhadap keinginan konsumen. Kepuasan pelanggan ialah evaluasi pelanggan terhadap suatu barang/layanan berdasarkan apakah barang/layanan itu mencukupi keperluan serta harapannya (Zeithaml, 2013).

Sesuai dengan definisi kepuasan konsumen di atas. Ketika tingkat pelayanan restoran melebihi harapan konsumen, konsumen senang dan puas. Namun, jika kinerja restoran tidak memenuhi harapan konsumen, konsumen akan kecewa dan dapat berdampak negatif atau merugikan restoran, yang dapat menyebabkan penurunan jumlah konsumen karena berkurangnya minat beli konsumen.

Mencapai kepuasan pelanggan merupakan tantangan tersendiri bagi pemilik usaha, lantaran umumnya setiap pelanggan mempunyai taraf kepuasan yang bervariasi. Kepuasan bukan cuma memerlukan fasilitas, tetapi juga lokasi

dan kualitas pelayanan. Ada beberapa parameter dalam pengukuran kepuasan pelanggan yakni kesamaan keinginan kinerja, taraf keselarasan barang atau layanan yang dinikmati pelanggan. Kemampuan merekomendasikan kepada teman atau anggota keluarga tercermin dari konsumen yang merasa puas terhadap pelayanan, fasilitas dan lokasi restoran (Sulaksana, 2013).

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian yang berjudul: “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa)”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasar latar belakang yang dipaparkan diatas, maka ada masalah yang akan diidentifikasi yakni:

1. Adanya *gap research* terkait hasil penelitian yang menunjukkan ketidakpastian tentang hubungan kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi pada kepuasan pelanggan.
 - a. Pada riset yang dijalankan Wulandari (2020) memaparkan variabel mutu pelayanan signifikansinya berdampak positif pada kepuasan konsumen. Akan tetapi riset yang dijalankan Tresiya (2018) menyatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
 - b. Pada riset yang dijalankan Kevin (2021) memaparkan variabel fasilitas signifikansinya berdampak pada kepuasan konsumen.

Akan tetapi riset yang dijalankan Angelia (2022) bahwasanya fasilitas tidak berdampak pada kepuasan konsumen.

- c. Pada riset yang dijalankan Herdinata (2020) menyatakan variabel lokasi berdampak pada kepuasan pelanggan. Akan tetapi riset yang dilakukan Ariyanti (2022) bahwasanya lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Belum optimalnya kualitas pelayanan terhadap konsumen
3. Belum optimalnya kelengkapan fasilitas
4. Belum optimalnya kebersihan tempat
5. Belum optimalnya tempat parkir

1.3 Rumusan Masalah

Dengan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memfokuskan pada masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Seblak Bandung Kembang Desa?
2. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa?
3. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa?
2. Untuk menguji apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa?
3. Untuk menguji apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa?

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk memperluas pengetahuan dan pemahaman peneliti. Peneliti mencari informasi dampak mutu pelayanan, lokasi, dan fasilitas pada kepuasan pembelian warung makan di Seblak Bandung Kembang Desa

2. Bagi pemilik Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memudahkan pemilik usaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi.

3. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pembanding atau gambaran terhadap penelitian yang serupa dan dapat menunjang perkembangan ilmu pengetahuan.

1.8 Sistematika Penulisan

Pada riset berikut dirancang sebuah sistem penulisan yang bertujuan guna memudahkan pemahaman serta memberi deskripsi pada pembaca tentang riset berikut. Sistem kerja ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang permasalahan, identifikasi permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan riset, batasan riset, timeline riset hingga sistem penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab berikut mencakup landasan teori, riset yang relevan, kerangka penelitian serta pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab berikut mencakup jenis riset, tempat dan waktu riset, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel riset, definisi operasional variabel, hingga analisa data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab berikut memberikan deskripsi umum tentang hasil riset, tes, serta analisa data serta pembahasan hasil analisa data.

BAB V PENUTUP

Bab berikut berisi kesimpulan dan masukan riset.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoad dalam Lovelock (2007), layanan adalah layanan atau kegiatan yang dapat menguntungkan pelanggan dengan melakukan perbaikan yang diharapkan pada diri mereka sendiri ataupun penerima (Lovelock, 2007). Pelayanan tergantung pada kompetensi pekerja ketika memberi layanan, lantaran kondisi tersebut bisa memberi kesan bahwasanya mutu layanan juga termasuk pekerja yang melayani pelanggan. Adanya korelasi internal diantara pelanggan dan pekerja dapat memberi kekuatan dampak pada perspektif mutu layanan. Kondisi berikut dapat mengindikasikan bahwasanya keterampilan karyawan amat berpengaruh terhadap perspektif pelanggan saat mengevaluasi mutu layanan (Laksana, 2008)

Harapan konsumen ialah asumsi atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan mereka dapatkan ketika mereka membeli atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Sekalipun kinerja atau hasil diperoleh setelah mengkonsumsi produk setelah pembelian. Oleh karena itu, untuk mencapai hasil yang maksimal dan berhubungan dengan konsumen, manajemen harus memiliki kesan yang sama dengan konsumen (Laksana, 2008).

Kualitas adalah keadaan dinamis yang memiliki hubungan yang diharapkan dengan layanan, produk, dan lingkungan (Sangadji dan Sopiah, 2013). Kualitas berarti kepuasan pelanggan, yang tujuannya adalah untuk memperkuat hubungan yang kuat dengan perusahaan. Mutu layanan ialah cara guna memuaskan keperluan serta harapan pelanggan dan kemampuan menyampaikannya untuk memenuhi harapan konsumen (Yuwananto, 2011). Menurut Atmadjat (2018), kualitas pelayanan adalah kemampuan untuk secara terus menerus menanggapi keperluan eksternal dan internal pelanggan berdasarkan prosedurnya. Pada kondisi berikut pemberi layanan harus berupaya memahami hal-hal yang diharapkan pelanggan, hingga konsumen memiliki keinginan akan mutu layanan yang baik.

A. Kunci pelayanan unggul

Berdasarkan Kamaruddin (2019), ada 3 kunci dalam memberi layanan yang berkualitas yakni:

1. Kapabilitas memahami keperluan serta harapan konsumen, khususnya pemahaman tentang jenis konsumen.
2. Mengembangkan database yang lebih akurat dibandingkan pesaing (meliputi informasi tentang keperluan serta harapan tiap segmen konsumen serta pergantian keadaan persaingan)
3. Menggunakan informasi yang didapatkan melalui penelitian pada kerangka strategis.

B. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman (1996), indikator kualitas pelayanan adalah:

1. Keandalan (Reliability)

Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal. Pemenuhan janji pelayanan yang wajar dan memuaskan dapat tepat waktu dan kemampuan menanggapi keluhan dan kebutuhan konsumen. Indikator yang dapat diandalkan dapat berupa pengiriman layanan tepat waktu, pengiriman layanan seperti yang dijanjikan, dan menginformasikan kepada konsumen kapan layanan yang dijanjikan akan dipenuhi.

2. daya tanggap

Tanggung jawab adalah tanggung jawab karyawan untuk memberikan layanan dengan cepat sesuai dengan konsumen. Indikator ini menekankan perhatian dan ketelitian dalam menangani pertanyaan, permintaan dan keluhan pelanggan. Indikator korespondensi dapat berupa pelayanan yang cepat/cepat, sigap dan tanggap dalam menangani pengaduan konsumen, pengaduan ditangani dengan baik oleh profesional penanganan pengaduan konsumen.

3. Garansi (Garansi)

Keselamatan mencakup keterampilan, pengetahuan, kesopanan, dan keandalan karyawan. Dalam indikator ini ialah suatu cara

perlindungan yang dibeikan untuk konsumen agar merasa aman dan terjamin. Indikator jaminan dapat meliputi kemudahan konsumen dalam berkomunikasi, memahami kebutuhan konsumen, sikap sopan santun karyawan yang konsisten, kepercayaan konsumen terhadap karyawan.

4. Emphaty (empati)

Empati adalah perhatian dan kepedulian pribadi konsumen. Indikator ini menunjukkan kepada konsumen bahwa pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen bersifat khusus dan kebutuhannya dapat terpenuhi. Indikator empati dapat berupa memberikan perhatian individu kepada konsumen, mendengarkan keluhan konsumen, dan menyelesaikan masalah konsumen dengan tepat. .

4. Tangible (bukti fisik)

Tangible (tampilan fisik), yaitu kemampuan perusahaan untuk menunjukkan keberadaannya kepada pihak luar dan memberikan pelayanan prima kepada seluruh konsumen. Sehingga kualitas pelayanan benar-benar terasa di mata konsumen. Ini dapat mencakup menjaga staf terlihat bersih dan rapi sehingga staf terlihat profesional.

2.1.2 Fasilitas

Menurut Mardiyani (2013) perangkat yaitu. H. penyediaan perangkat yang memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan aktivitas atau fungsi hingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Menurut Yoet (2010), pendirian adalah semua yang berhubungan dengan

pelayanan perusahaan, baik perusahaan jasa maupun komersial dan industri, dengan tujuan memberikan pelayanan yang maksimal agar konsumen atau pelanggan merasa nyaman dan puas (Fakhrudin, 2021).

Organisasi yang membentuk kondisi menyenangkan dengan solusi furniture yang menarik mendorong pelanggan dalam membeli (Gama, 2016). Bermakna kepuasan pelanggan terpengaruh dari sejumlah opsi yang diambil penjual, yang digunakan pelanggan untuk mempermudah aktivitas pembelian pelanggan (Raharjani, 2005).

Peralatan adalah salah satu kriteria untuk semua layanan yang ditawarkan dan memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan konsumen. Lantaran taraf fasilitas yang tersedia memberikan kemudahan bagi konsumen dalam beraktivitas dan kemudahan dalam berbelanja (Hidayat, 2017).

A. Unsur-unsur Fasilitas

Elemen yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas di ruko Tjiptono (2014):

a. Perencanaan wilayah

Sejumlah faktor sebagaimana simetri, proporsi, tekstur, serta warna serta aspek lainnya harus diperhatikan dan dipadukan serta dikembangkan agar pengguna atau yang melihatnya dapat membangkitkan respon intelektual atau emosional.

b. desain ruangan

Penataan ruang mencakup desain interior dan arsitektur, seperti . penempatan furnitur dan peralatan di dalam ruangan, perencanaan jalur lalu lintas dan lainnya.

c. peralatan atau furnitur

Peralatan atau furnitur memiliki kelebihan untuk ruangan yang memberikan kenyamanan, seperti demonstrasi atau panduan bermanfaat bagi pengguna barang, seperti Konsumen. Dalam penelitian ini, apa yang dimaksud dengan perangkat seperti:

Tersedianya kipas angin, free WiFi, meja atau kursi dan lain-lain.

d. Pencahayaan

Pencahayaan yang relevan adalah warna tipe ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai dengan jenis aktivitas yang dilakukan di dalam ruangan dan penataan yang diinginkan. Warna dapat meningkatkan efisiensi dan menciptakan kesan santai.

e. Warna

Banyak orang mengklaim bahwa warna memiliki bahasanya sendiri, di mana warna dapat membangkitkan emosi dan perasaan tertentu.

- f. Pesan disampaikan secara grafis

Penampakan bentuk fisik, penempatan dan penataan, penentuan tampilan warna, pencahayaan dan simbol atau petunjuk yang digunakan untuk tujuan tertentu.

B. Indikator Fasilitas

Sejumlah parameter fasilitas berdasarkan Tjiptono (2016):

- a. Keadaan ruangan
- b. perlengkapan
- c. Desain yang rapi
- d. Kebersihan fasilitas umum

2.1.3 Lokasi

Sibarani dan Lusmeida (2021) berpendapat, tempat adalah letak suatu benda, lokasi atau penempatan, ruang di permukaan bumi. Situs web adalah tempat yang dapat dikunjungi orang. Lokasi berkaitan dengan pemasaran, yaitu suatu lokasi tertentu yang tanahnya dapat digunakan untuk berbelanja.

Tjiptono (2005) memaparkan bahwasanya lokasi yakni satu diantara aspek penting pada kesuksesan perdagangan produk/jasa. Bila sebuah bisnis sukses mendapatkan serta mempertahankan lokasi yang strategis, ini bisa sebagai titik masuk yang efektif untuk pesaing. Penentuan lokasi yang tepat memberikan keunggulan kompetitif bagi pengusaha (Paramita, 2009).

A. Faktor Penentuan Lokasi

Menurut Sibaran (2019), lokasi ditentukan oleh beberapa faktor:

Jumlah penduduk

a. Adanya kepadatan penduduk merupakan bagian dari ukuran besar kecilnya potensi usaha yang akan dibangun, karena mereka nantinya akan membeli produk atau menggunakan jasa yang disediakan. Jika bisnisnya tergolong usaha kecil, maka bisa diukur di area yang lebih kecil. Pada saat yang sama, cakupannya bahkan lebih luas ketika perusahaannya lebih besar.

b. penghasilan

Konsumen seperti pasar sasaran daerah harus memiliki daya beli yang cukup untuk membeli produk yang ditawarkan karena percuma jika lingkungan tidak tertarik berbisnis hanya karena tidak mampu membeli produk yang ditawarkan. .

c. tempat

Ada beberapa lokasi berbeda yang dapat diurutkan berdasarkan perusahaan, misal Bangunan apartemen, pusat perbelanjaan, pinggir jalan, dll. Penting untuk mempertimbangkan apakah perusahaan sesuai dengan karakter lokasi.

d. kepadatan lalu lintas

Tidak hanya pembeli potensial datang dari seluruh dunia, tetapi biasanya lebih banyak pembeli datang dari orang-orang yang berjalan di depan toko. .

e. kompetisi

Seberapa kuat persaingan jika terletak di lokasi perusahaan? Tentu saja, jika menurut Anda strategi dan produk Anda dapat mengungguli pesaing Anda, tidak apa-apa .

B. Keuntungan Mendapat Lokasi yang Tepat

Menurut Hamal (2016), pemilihan lokasi yang tepat memiliki beberapa keuntungan yaitu:

- a. Mereka memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi di masa depan
- b. Meminimalkan terjadinya konflik terutama dengan masyarakat dan pemerintah daerah.
- c. Pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen dapat lebih memuaskan
- d. Menemukan pekerja yang Anda inginkan itu mudah
- e. Cocok untuk mendapatkan jumlah bahan dasar atau tambahan yang dibutuhkan dalam jangka Panjang
- f. Pengembangan situs web itu mudah karena perkiraan umumnya adalah perluasan situs web dapat terjadi kapan saja.

C. Indikator Lokasi

Menurut Fur (2013), ada beberapa indikator lokal yaitu:

1. Ketersediaan Tempat Parkir

Parkir penting karena sebagian besar konsumen mengendarai kendaraan dan karenanya membutuhkan parkir.

2. Ada sarana transportasi yang besar dan mudah diakses di daerah tersebut. Lokasi yang luas dan mudah dijangkau dengan transportasi dari berbagai arah penting untuk kelangsungan usaha.

3. Tempat ini dapat diakses dengan berbagai sarana transportasi

Ada banyak tempat dan banyak alat transportasi yang berbeda

4. Lokasi strategis

Lokasi strategis mudah dijangkau dan dekat dengan pusat kota.

2.1.4 Kepuasan Konsumen

Gary dan Kotler (2012) berpendapat, Kepuasan konsumen merupakan hasil dari persepsi konsumen terhadap keefektifan suatu perusahaan dalam memenuhi harapannya. Konsumen puas ketika harapan mereka terpenuhi dan bahagia ketika harapan mereka terlampaui. Konsumen yang senang tetap setia lebih lama dan membeli lebih banyak.

Nurlailah (2014) berpendapat, Kepuasan adalah daya respon terhadap perilaku konsumen berupa evaluasi pasca pembelian terhadap suatu produk atau jasa yang dinikmati dibandingkan dengan harapan konsumen. .

Setyobudi (2014) berpendapat, kepuasan konsumen adalah suatu keadaan yang dicapai ketika suatu produk atau jasa memenuhi harapan konsumen dan tidak memiliki cacat. Kepuasan konsumen juga dapat digambarkan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi (Alvino, 2020).

Kepuasan merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu perusahaan. Hal ini menimbulkan persepsi umum bahwa membuat konsumen senang berarti perusahaan dapat meningkatkan keuntungan mereka serta memperoleh pangsa pasar yang lebih besar.

Setyobudi (2014) pemasar mendapati bahwasanya umumnya lebih menguntungkan untuk mendapatkan konsumen yang telah ada dibanding mendapatkan konsumen baru. Pelanggan bertahan ketika mereka puas terhadap pembelian serta puas dengan mengkonsumsi produk itu. Oleh karena itu, kepuasan konsumen menjadi salah satu hal yang menjadi perhatian penuh pemasar (Limakrisna, 2011).

A. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Dari sudut pandang konsumen, perusahaan dipanggil untuk memastikan bahwa cakupan layanan sebanding dengan harapan konsumen. Dari sudut pandang konsumen, kepuasan pelanggan dapat menambah nilai kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Nurlailah (2014). Sejumlah aspek yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan diantaranya:

a. Mutu Produk

Konsumen puas ketika hasil reviewnya memaparkan bahwasanya produk yang dipakai bermutu tinggi. Produk dirasa valid bila bisa mencukupi keperluannya.

b. Mutu layanan

Konsumen merasakan puas apabila memperoleh layanan baik serta selaras terhadap keinginan. Semacam sapaan ramah, pujian, senyuman, dll.

c. Emosional

Konsumen senang saat seorang memujinya ataupun hanya menghormati.

d. Harga

Barang dengan mutu serupa namun harganya lebih rendah memberi penawaran nilai yang lebih besar.

e. Biaya

Konsumen tidak harus mengeluarkan biaya tambahan ataupun membuang waktunya guna memperoleh barang ataupun jasa tersebut.

B. Manfaat Kepuasan Konsumen bagi Perusahaan

Menurut Setyobudi (2014), ada beberapa manfaat utama bagi bisnis untuk mempelajari kepuasan pelanggan dalam praktik bisnis, antara lain:

A. Konsumen yang puas dengan barang dan jasa yang mereka gunakan memiliki keinginan untuk membeli lagi.

B. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang mendorong word of mouth positif. Komunikasi dari orang yang puas dapat berupa rekomendasi kepada pelanggan potensial lainnya. Dorong kolega untuk berbisnis dan katakan hal-hal baik tentang perusahaan.

C. Pelanggan lebih cenderung memperhatikan pemberi layanan yang mungkin merasa puas karena ingin berbelanja produk serupa.

C. Mengukur Kepuasan Konsumen

Menurut Setyobudi (2014), ada beberapa metode yang dapat digunakan setiap bisnis untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan, antara lain:

a) Sistem pengaduan dan saran

Setiap bisnis yang berpusat pada konsumen (customer-centric) harus menawarkan pelanggannya kesempatan sebanyak mungkin untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan. Informasi yang ditemukan melalui metode ini dapat memberi perusahaan ide-ide baru dan masukan yang berharga untuk bereaksi dengan cepat dan tanggap terhadap masalah yang muncul.

B. Survei Kepuasan Konsumen

Survei memungkinkan bisnis mengumpulkan peringkat dan umpan balik langsung dari konsumen, sekaligus mengirimkan sinyal positif bahwa bisnis memikirkan konsumen. Mengukur kepuasan pelanggan

dengan metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, mis. misalnya.:

1. Kepuasan yang Dilaporkan Langsung

Pengukuran dilakukan secara langsung dengan pertanyaan.

2. Ketidakpuasan yang diturunkan

Pertanyaan yang dapat diajukan terkait dengan dua aspek utama, yaitu ekspektasi konsumen terhadap perangkat tertentu dan performa yang dirasakan.

3. analisa masalah

Konsumen yang dipilih sebagai responden diminta untuk melaporkan masalah yang mereka temui dan menyarankan perbaikan kepada pemilik usaha.

4. Analisis Penting-Pendapatan

Responden diminta untuk menilai berbagai elemen penawaran, dimulai dengan tingkat kepentingan setiap elemen, dan menilai seberapa baik kinerja perusahaan pada setiap elemen tersebut.

C. Pembelian Hantu

Ghost shopping dilakukan dengan mempekerjakan beberapa orang (ghost shopping) untuk berperan sebagai calon konsumen dan pesaing produk Perseroan. Mereka kemudian berbagi wawasan tentang kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka membeli produk. Anda juga dapat mengevaluasi

bagaimana perusahaan dan pesaing menanggapi pertanyaan konsumen dan menyelesaikan keluhan.

D. Analisis Pelanggan yang Hilang

Perusahaan berusaha menghubungi konsumen yang telah berhenti membeli produknya untuk mencari tahu alasannya. Informasi ini dapat membantu pengecer mengambil langkah tambahan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

D. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2014), terdapat beberapa indikator kepuasan konsumen yaitu:

1. Seperti yang diharapkan

Apakah ada tingkat kesesuaian antara tingkat layanan yang diharapkan oleh konsumen dan tingkat layanan yang dialami sendiri oleh konsumen?

2. Minat berkunjung kembali

Keinginan konsumen untuk mengunjungi kembali atau membeli kembali produk tersebut.

3. Keberanian untuk merekomendasikan

Ini adalah kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang diketahui keluarga dan teman mereka .

2.2 Penelitian yang Relevan

Beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2
Tabel Penelitian Yang Relevan

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Metode	Variabel Penelitian	Hasil
1.	Solihah (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pelanggan Pada My Kopi O Semarang	Metode Kuantitatif	X1: Kualitas Pelayanan X2: Fasilitas X3: Lokasi Y: Kepuasan Konsumen	X1:kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena angka probabilitas sebesar $0,000 < \text{taraf } \alpha = 0,05$.
2.	(Sholikhah, 2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Paras Snack Di Kabupaten Boyolali Tahun 2019)	Metode Kuantitatif	X1: Kualitas Pelayanan X2: Harga X3: Lokasi Y: Kepuasan Konsumen	Variabel lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan karena tingkat signifikannya $0,000 < 0,05$. Yaitu 0,000.
3.	(Riyanti, 2015)	Pengaruh Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Kirana Di Kabupaten Sleman (Studi pada UKM Martabak Kirana	Metode Kuantitatif	X1: Pelayanan X2: Harga X3: Lokasi Y: Kepuasan Konsumen	Variabel lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai signifikansi di bawah 0,05.
4.	Kevin (2021)	Pengaruh Promosi, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Bakmi Golek Dewi Sartika	Metode Kuantitatif	X1: Promosi X2: Lokasi X3: Fasilitas	Variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

Lanjutan Tabel 2.2

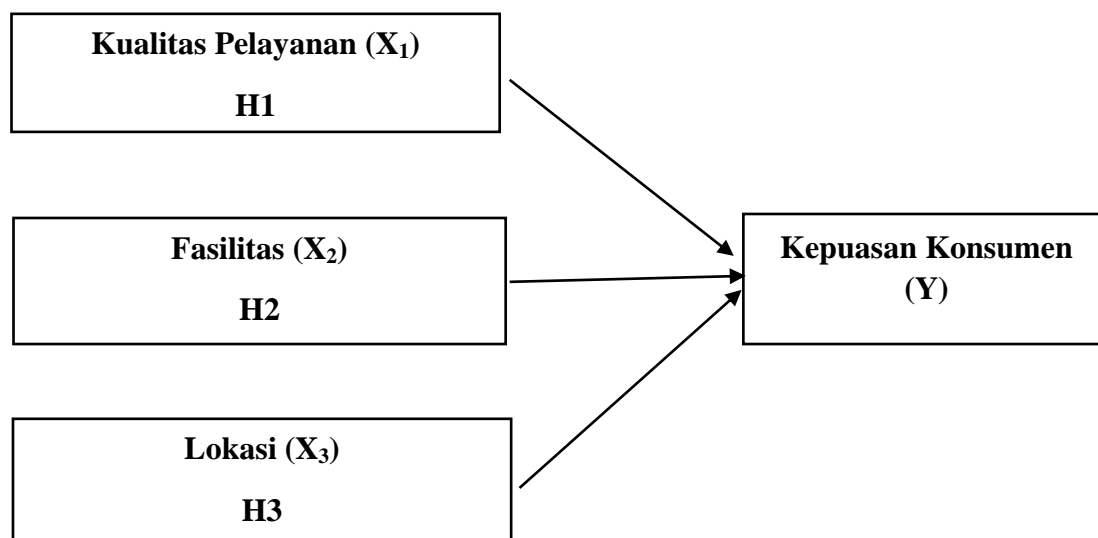
No	Peneliti dan Tahun	Judul	Metode	Variabel Penelitian	Hasil
				Y: Kepuasan Konsumen	konsumen karena nilai signifikasinya $0,000 < \alpha = 0,05$.
5.	(Iriyanto, 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Warung Kopi Srintil Di Temanggung)	Metode Kuantitatif	X1: Kualitas Pelayanan X2: Lokasi X3: Fasilitas Y: Kepuasan Konsumen	Variabel fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen karena $46,326 > 2,698$ dengan tingkat sig. $0,000 < 0,05$
6.	Setiawan (2019)	Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang	Metode Kuantitatif	X1: Lokasi X2: Fasilitas Y: Kepuasan Pelanggan	Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena uji sig. $(0,000) < \alpha (0,05)$.
7.	Ramadhan (2020)	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada PT Joedhoprajitno SPBU 64.701.02 Kota Banjarmasin)	Metode Kuantitatif	X1: Fasilitas X2: Kualitas Pelayanan Y: Kepuasan Pelanggan	Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.
8.	Fadilah (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana	Metode Kuantitatif	X1: Kualitas Pelayanan X2: Strategi Lokasi	Variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Metode	Variabel Penelitian	Hasil
		Bogor		X3: Harga Y: Kepuasan Pelanggan	pelanggan dengan nilai sig. 0,000 < 0,05.
9.	Markus (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada SPBU Muara Siban Kecamatan Pulau Pinang Kabupaten Lahat)	Metode Kuantitatif	X1: Kualitas Pelayanan X2: Fasilitas X3: Kepuasan Pelanggan	Variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena nilai signifikansi 0,000 < 0,05.
10.	Albesta (2018)	Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Warunk Upnormal Kota Malang	Metode Kuantitatif	X1: Kualitas Makanan X2: Kualitas Pelayanan Y: Kepuasan Konsumen	Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena 3.242 > 1.979.

2.3 Kerangka Penelitian

Berdasarkan teori yang sudah diutarakan di atas, lalu dapat disusun kerangka berfikir yang memiliki tiga variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi serta variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen . Terlihat pada gambar berikut:

Gambar 2.3
Gambar Kerangka Penelitian



2.4 Hipotesis

Hipotesis berasal dari dua kata; hipotesis dan tesis. Istilah hipo (hypo) berarti kurang dari dan thesis (tesa) berarti pendapat. Jadi, hipotesis (hipotesis) adalah pendapat atau kesimpulan sebelumnya. Tujuan pengujian hipotesis ini adalah untuk menunjukkan apakah jawaban teoretis yang disajikan dalam pernyataan hipotesis didukung oleh fakta-fakta yang dikumpulkan, dianalisis dan kemudian diolah melalui pengujian ilmiah (Ruslan, 2003).

2.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Atmadjat (2018), kualitas pelayanan adalah kemampuan untuk terus menerus memenuhi kebutuhan internal dan eksternal konsumen sesuai prosedur. Dalam hal ini penyedia jasa harus berusaha memahami apa yang diinginkan konsumen, sehingga konsumen mempunyai harapan akan kualitas pelayanan yang baik.

Pada penelitian Soliha (2022), kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai $\text{Sig.} < 0,05$ yaitu $0,000 < t\text{-tabel}$ sebesar $3,242 > 1,979$.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dibuat sebuah hipotesis, yaitu:

H1:

Kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan

2.4.2 Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Mardiyani (2013) perangkat yaitu. H. penyediaan perangkat yang memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan aktivitas atau fungsi hingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Menurut Yoet (2010), pendirian adalah semua yang berhubungan dengan pelayanan perusahaan, baik perusahaan jasa maupun komersial dan industri, yang tujuannya adalah memberikan pelayanan yang maksimal agar konsumen atau pelanggan merasa nyaman dan puas.

Pada penelitian Kevin (2021), hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel spasial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai signifikansinya $0,000 < \alpha = 0,05$. Seperti halnya penelitian Iriyanto (2019) yang menyatakan bahwa variabel spasial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, karena $46,326 > 2,698 \text{ sig. } 0,000 < 0,05$. Berdasarkan uraian di atas, dapat dibuat sebuah hipotesis, yaitu:

H2:

Fasilitas memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan

2.4.3 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Sibarani (2019) berpendapat, tempat adalah letak suatu benda, tempat atau penempatan, ruang di permukaan bumi. Situs web adalah tempat yang dapat dikunjungi orang. Tempat berhubungan dengan pemasaran yaitu tempat khusus dimana tanah dapat digunakan untuk berbelanja (Afridola, 2020).

Pada penelitian Setiawan (2019), lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan uji Sig (0,000) < α (0,05). Dalam penelitian Riyanti (2015), lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, seperti Sig. 0,000 < 0,05.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dibuat sebuah hipotesis, yaitu:

H3:

Lokasi memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Riset yang dipakai peneliti ialah jenis riset kuantitatif memakai riset lapangan. Metode riset berikut merupakan jenis riset dengan spesifikasi terstruktur, terencana, serta sistematis dan jelas dari awal sampai perancangan kerangka penelitian. Metode kuantitatif bisa didefinisikan menjadi metode riset yang didasarkan terhadap filosofi positivisme, yang dipakai dalam populasi ataupun sampel dengan cara mengumpulkan data dengan alat riset dan menganalisis data kuantitatif untuk tujuan mengevaluasi hipotesis yang sudah ditentukan. Peneliti mengumpulkan data melalui kuesioner yang dibagikan langsung kepada konsumen di Warung Seblak Bandung Kembang Desa (Sugiyono, 2018).

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat yang digunakan untuk penelitian ini di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa terletak di Desa Geneng Rt 02 Rw 11, Dusun 3, Begajah, Kec.Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Penelitian ini berlangsung mulai bulan September - Januari.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi ialah suatu area generalisasi yang tersusun atas obyek ataupun subyek yang memiliki besaran ataupun sifat tertentu yang

ditentukan peneliti, dari situ ditarik sebuah kesimpulan (Ruslan, 2003). Populasi pada riset berikut yakni semua pelanggan di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa.

3.3.2 Sampel

Sampel yakni sebuah penelitian anggota dari sebuah populasi (Martono, 2016). Sampel yakni bagian dari jumlah karakteristik atau ciri yang dimiliki oleh populasi itu sendiri (Sugiyono, 2017).

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pada penentuan sampel. Riset berikut memakai teknik non-probability sampling, yakni teknik penentuan sampel yang tidak memberi peluang serupa untuk tiap elemen anggota populasi yang ditentukan sebagai sampel serta memakai jenis purposive sampling yaitu penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yaitu konsumen yang telah melakukan pembelian di Seblak Bandung Kembang Desa minimal dua kali (Sugiyono, 2014).

Menurut Riyanto (2020) lantaran banyaknya populasi yang tidak dipahami secara tepat, maka riset berikut memakai persamaan Lemeshow diantaranya:

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

n = banyaknya sampel

Z = nilai Z dalam kepercayaan 95% = 1,96

P = perkiraan maksimum = 0,5

d = sampling error atau alpha 10% = 0,1

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$n = 96,04$ pembulatangannya menjadi 100 subyek

3.5 Data dan Sumber Data

3.5.1 Data

Jenis data yang dipakai pada riset berikut diantaranya:

1. Data Kualitatif

Kualitatif yakni data berbentuk kalimat/kata bukan bilangan. Data berikut umumnya menguraikan ciri khas ataupun sifat. Data kualitatif yang dipakai pada riset berikut ialah respon subyek dari angket diberi kepada konsumen Seblak Bandung Kembang Desa (Suliyanto, 2005).

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif, yakni data yang dipaparkan berwujud bilangan serta hasil hitung maupun ukur. Data kuantitatif yang dipakai pada riset berikut yakni fokus terhadap pengukuran serta analisa kausalitas masing-masing variabel. Rancangan riset explanatory berjenis riset deskriptif dan acak yakni riset yang menguji hipotesis serta meneliti dampak variabel bebas pada variabel terikat yakni mutu layanan, fasilitas serta lokasi, pada kepuasan pelanggan (Suliyanto, 2005).

3.5.2 Sumber Data

Guna pengumpulan data melalui informasi yang didapatkan pada riset berikut memakai data diantaranya:

1. Data Primer

Data primer ialah informasi yang didapatkan langsung melalui subyek riset individu, golongan serta kelompok. Pada riset berikut, sumber informasi utama yakni pernyataan responden melalui penggunaan angket (Ruslan, 2003).

2. Data Sekunder

Data sekunder, yakni data pada publikasi yang telah ada dan lewat data yang dipublikasikan pada beragam instansi ataupun perusahaan, khususnya terbitan berkala, jurnal, dan majalah. Informasi sekunder didapatkan melalui beragam sumber yang tersedia sebagaimana majalah atau buku (Ruslan, 2003).

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik penghimpunan data ialah satu diantara tahapan terpenting pada suatu riset, maka dari itu membutuhkan teknik penghimpunan data yang cocok supaya bisa memperoleh data tepat. Berdasarkan (Sugiyono, 2018)., teknik penghimpunan data bisa dijalankan melalui observasi, angket, dokumentasi (Zamzam, 2018).

1. Angket atau kuesioner

Kuesioner ialah teknik penghimpunan data yang dijalankan melalui pemberian sejumlah soal pada subyek guna diberikan tanggapan (Sugiyono., 2019). Peneliti memakai metode angket atau kuesioner ini agar memperoleh data respon dari konsumen Seblak Bandung Kembang Desa dengan memberi

sejumlah soal ataupun keterangan tertulis pada beberapa subyek guna memperoleh respon ataupun tanggapan.

Skala pengukuran yang dipakai pada riset berikut yakni skala Likert. Skala berikut ialah skala yang seringkali dipakai penulis guna pengukuran apakah subyek setuju ataukah tidak pada tiap soal diberi penulis (Sugiarto, 2017).

Bobot yang dipergunakan pada riset berikut, yakni:

Tabel 3.6
Skala Likert

Kriteria	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

2. Observasi

Observasi teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini ialah mengamati para konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di Seblak Bandung Kembang Desa (Sugiyono, 2017).

3.7 Variabel Penelitian

Variabel ialah sebuah peralatan ataupun nilai ataupun sifat subyek, obyek ataupun aktivitas yang memiliki variabel yang ditentukan penulis guna

dipahami serta dibuat simpulan (Sugiyono, 2017). Bersumber penjelasan di atas maka dapat dikatakan bahwa operasinalisasi variabel adalah konsep yang dapat berbentuk apa saja untuk dapat dipelajari dan diuji secara langsung sehingga akan memperoleh informasi sebagai kesimpulannya. Berikut variabel dalam penelitian ini:

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel independent sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel independent merupakan variabel yang berpengaruh ataupun yang dijadikan sebab perubahan ataupun munculnya variabel dependent (Sugiyono, 2017). Variabel independent pada riset berikut yakni mutu layanan, lokasi, serta fasilitas.

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel dependent merupakan variabel yang terpengaruh ataupun akibat dari variabel independent (Sugiyono, 2017). Variabel dependent pada riset berikut yakni kepuasan pelanggan.

3.8 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.8
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Menurut Atmadjati (2018) kualitas pelayanan adalah kapabilitas guna melengkapi keperluan eksternal atau internal konsumen dengan konsisten berdasarkan aturan. Pada kondisi berikut, pemberi layanan dituntut guna berupaya memahami tentang hal yang diinginkan oleh konsumen, sehingga konsumen memiliki harapan untuk memperoleh kualitas pelayanan yang baik.	Indikator kualitas pelayanan menurut Zeithaml (2013) : <ol style="list-style-type: none"> 1. Kehandalan (Reliability) 2. Daya Tanggap (Responsiveness) 3. Jaminan (Asurance) 4. Empati (Emphaty) 5. Bukti fisik (Tangibles) 	Likert

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Fasilitas (X2)	<p>Menurut Mardiyani (2013) Fasilitas, yakni menyediakan perangkat yang memungkinkan pelanggan melakukan kegiatan ataupun fungsi dengan lebih nyaman hingga keperluan pelanggan bisa terpenuhi.</p> <p>Menurut Yoeti (2010) fasilitas yakni semua yang berhubungan terhadap pelayanan perusahaan, baik perusahaan jasa maupun komersial dan industri, yang tujuannya ialah memberikan layanan maksimum agar pelanggan merasa puas dan nyaman.</p>	<p>Indikator fasilitas menurut Tjiptono (2016) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan 2. Keadaan Fasilitas 3. Kebersihan fasilitas 4. Desain Interior dan Eksterior 	Likert

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Lokasi (X3)	Menurut Sibarani (2019) lokasi yaitu letak, tempat atau peletakkan suatu benda, keadaan dipermukaan bumi. Lokasi adalah dimana tempat orang-orang bisa berkunjung. Lokasi mempunyai hubungan dengan pemasaran ialah tempat terkhusus yang lahannya bisa dipergunakan belanja.	Indikator lokasi menurut Fure (2013): 1. Ketersediaan lahan parkir. 2. Memiliki tempat yang cukup luas, alat transportasi yang mudah dijangkau. 3. Lokasi dilalui banyak alat transportasi. 4. Lokasi yang strategis.	Likert
Kepuasan Konsumen (Y)	Menurut Gary dan Kotler (2012) kepuasan konsumen yaitu hasil konsumen yang menganggap kinerja perusahaan sesuai dengan harapan mereka. Konsumen puas ketika harapan mereka terpenuhi dan bahagia ketika harapan mereka terlampaui. Konsumen	Indikator kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2014) 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali	Likert

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
	yang senang tetap setia lebih lama dan membeli lebih banyak .	3. Kesiediaan merekomendasi	

3.9 Teknis Analisis Data

3.9.1 Uji Instrumen

Dalam penelitian ini yang diukur adalah variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Uji instrument dapat digunakan untuk menguji validitas dan Reliabilitas.

3.9.1.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dipakai guna pengukuran kevalidan sebuah angket (Ghozali, 2016). Sebuah angket dinyatakan valid bila soal dalam angket dapat memaparkan suatu hal yang hendak diukurnya dan dijadikan data oleh penguji. Hingga, validitas ialah untuk menggambarkan apakah terdapat kesesuaian sebuah angket dengan apa yang akan diukur. Acuan penentuan keputusan untuk pengujian validitas butir kuisioner yakni:

1. Bilamana r -hitung positif serta r -hitung $>$ r -table (taraf sig 5%) maka variabel tersebut valid.
2. Bilamana r -hitung tidak positif serta r -hitung $<$ r table (taraf sig 5%) maka variabel tersebut tidak valid.

3.9.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas yakni peralatan pengukuran sebuah angket sebagai parameter dan konstruk ataupun variabel (Ghozali, 2016). Sebuah angket bisa dinyatakan andal bila pertanyaan-pertanyaan survei tersebut direspon secara stabil atau konsisten tiap waktunya. Hingga reliabilitas ialah peralatan guna pengukuran sebuah angket yang menjadi parameter suatu variabel. Dalam riset berikut reliabilitas angket diuji memakai persamaan Alpha Cronbach:

1. Apabila hasil koefisien Alpha $>$ taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
2. Apabila hasil koefisien Alpha $<$ taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari uji asumsi klasik ialah guna memeriksa kesehatan data yang dipakai pada riset berikut. Kondisi tersebut guna mendapatkan pemodelan analisa secara tepat. Untuk regresi yang baik, diharuskan lulus uji penerimaan yang dipersyaratkan, yakni pengujian multikolinearitas, normalitas, serta heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

3.9.2.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas memiliki tujuan guna menguji apakah dalam model regresi, variabel independent dan dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik ialah distribusi data normal

atau mendekati normal, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka memenuhi asumsi normalitas. Jika tingkat signifikansi probabilitas $> 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data distribusi normal. Jika tingkat signifikansi probabilitas $< 0,05$ maka dapat diartikan bahwa data tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2016).

3.9.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan guna pengujian apakah dalam pemodelan regresi didapati ada korelasi antar variabel independent. Apabila ada hubungan, maka dinyatakan ada permasalahan multikolinearitas (Ghozali, 2016). Pemodelan regresi yang baik sebaiknya tidak menunjukkan adanya hubungan antar variabel independent. Pengujian multikolinearitas bisa dicermati melalui skor tolerance serta VIF (variance inflation factor). Multikolinearitas bisa diperkirakan melalui ambang batas yang memaparkan skor toleransi $> 0,1$ ataupun serupa skor $VIF < 10$.

3.9.2.3 Uji heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas tujuannya guna pengujian apakah terdapat varians yang tidak sama serta residual antar observasi pada model regresi. Bila variansi residu dipertahankan antar pengamatan, dikatakan homoskedastis, serta bila berbeda, dikatakan heteroskedastis. Pemodelan regresi yang baik ialah homoskedastisitas ataukah tidak (Ghozali, 2016).

Kemampuan dalam memperkirakan keberadaan heteroskedastisitas ialah pemodelan pengujian Glejser yakni melalui regresi skor mutlak dari residual variabel bebas. Guna melihat apakah tingkat kepercayaan 5 persen terpenuhi. Bila taraf signifikan variabel bebas $> 0,05$ maka tidak mengalami heteroskedastisitas. Sebaliknya jika nilai signifikansi variabel independent $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

3.9.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Bila sebuah variabel dependent bertumpu terhadap sebuah variabel independent ataupun lebih, korelasi 2 variabel ini dianalisa regresi linier berganda (Sugiyono., 2005). Metode analisa data yang dipakai guna memahami apakah kualitas layanan, lokasi, serta fasilitas mempunyai dampak pada kepuasan konsumen ketika menjalankan pembelian di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Variabel Kepuasan Konsumen

a = konstanta

b_1, b_2, b_3 = koefisien Regresi

X_1 = Variabel Kualitas Pelayanan

X_2 = Variabel Fasilitas

X_3 = Variabel Lokasi

e = Variabel gangguan

3.9.4 Uji Hipotesis

3.9.4.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji-t menunjukkan sejauh mana dampak variabel penjelas independent secara individual menjelaskan variasi variabel dependent. Satu diantara upaya guna menjalankan uji-t ialah melalui perbandingan skor t-statistik dengan sumbu kritis sesuai dengan tabel. Pada taraf signifikansi 5% dari $df = n - K - 1$ diperoleh nilai t-tabel, setelah itu t-tabel dibandingkan dengan nilai t hitung yang diperoleh. Melalui membandingkan dua skor t ini dipahami dampaknya, yakni apakah hipotesis bisa diterima atau ditolak (Ghozali, 2013).

Hipotesis atau dugaan sementara pada uji t yaitu:

H_01 : Variabel independent Kualitas Pelayanan (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y)

H_02 : Fasilitas (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y)

H_03 : Lokasi (X_3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y)

H_1 : Variabel independent Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y)

H_2 : Fasilitas (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y)

H_3 : Lokasi (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y)

Menurut Duwi (2010) Kriteria dari pengujian uji t yaitu:

Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel:

- 1) Jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- 2) Jika nilai t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Berdasarkan nilai signifikansi:

- 1) Jika nilai signifikansi $>$ 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
- 2) Jika nilai signifikansi $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

3.9.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai dengan 1. Semakin tinggi R^2 (mendekati 1), semakin baik hasil model regresi, dan semakin mendekati 0 maka variabel independent sama sekali tidak dapat menjelaskan variabel dependent (Sulaiman, 2004). Koefisien determinasi memiliki tujuan untuk menentukan besarnya pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada responden dengan membagikan pernyataan secara offline. Penyebaran kuesioner (angket) secara offline dengan membagikan kuesioner (angket) kepada konsumen Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa.

Warung makan yaitu setiap bangunan yang menutup dengan peralatan yang digunakan untuk proses pembatsan dan penjualan atau penyajian makanan diperuntukkan bagi masyarakat umum dan cara penyajiannya pada waktu tertentu (Moehyi, 1992).

Seblak ialah masakan khas Sunda dari daerah Parahyangan dengan rasa asin dan pedas. (Furnia, 2019). Seblak terbuat dari bahan utama kerupuk basah yang dimasak dengan sayuran dan sumber protein seperti daging ayam, telur, hasil laut atau daging sapi serta dimasak dengan kencury yang memiliki rasa yang khas. (Armadani, 2014).

Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa terletak di Desa Geneng Rt 02 Rw 11, Dusun 3, Begajah, Kec.Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Warung Makan ini didirikan oleh Bapak Supardino pada tahun 2017. Dalam mengoperasikan usahanya, pak Supardino dibantu oleh beberapa karyawannya. Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa ini beroperasi setiap hari mulai pukul 12.12 sampai 20.45.

Tabel 4.1
Daftar Harga Menu Seblak Dan Minuman

Menu Seblak	Harga
Seblak Sosis	8k
Seblak Bakso	8k
Seblak Sosis + Bakso	9k
Seblak Ceker	9k
Seblak Ceker + Bakso	11k
Seblak Ceker + Sosis	11k
Seblak Ayam Suwir	9k
Seblak Ayam Suwir + Ceker	12k
Seblak Ayam Suwir + Ceker + Bakso	14k
Seblak Ayam Suwir + Ceker + Sosis	14k
Seblak Ayam Suwir + Ceker + Sosis + Bakso	16k
Seblak Kepala Ayam	9k
Seblak Udang	9k
Seblak Sayur	8k
Seblak Mie	8k
Seblak Original	7k
Level Pedas 1 – 11	

Minuman	Harga
Milkshake Sirup	4k
Es The	2,5k
Milkshake Cappucino	4k
Milkshake Coffemix	4k
Teh Panas	2,5k
Teh Kampul	2,5k
Es Jeruk	3k
Es Teh Kampul	2k

Sumber: data primer (diolah), 2023

Warung Makan Seblak ini mempunyai berbagai macam menu seblak. Tersedia seblak basah/berkuah dan seblak kering/tanpa kuah. Tersedia menu minuman juga yang berbagai ragam. Daftar harga menu seblak dan minuman cukup terjangkau untuk para pelajar/masyarakat umum. Warung Makan Seblak ini memiliki keunikan yaitu konsumen dapat menentukan level pedas sendiri mulai dari level 1 sampai 11. Di Warung makan Seblak Bandung Kembang Desa tersebut mengadakan promo pada hari jum'at yaitu setiap konsumen mendapat potongan harga 50%.

4.2 Identitas Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa sebanyak 100 orang. Responden yang dipilih berdasarkan kriteria sampel yang telah ditentukan. Identitas responden dalam penelitian ini menjelaskan karakteristik konsumen Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa yang meliputi nama, umur, jenis kelamin, Pendidikan dan pekerjaan. maka diperoleh data responden sebagai berikut:

4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian

No	Frekuensi Pembelian	Total	Presentase
1	Ya (2kali)	100	100%
2	Tidak	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: data primer (diolah), 2023

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden diklasifikasikan berdasarkan frekuensi pembelian menunjukkan bahwa sebanyak 100% atau 100 responden sudah melakukan pembelian 2 kali dan 0% atau 0 responden tidak melakukan pembelian 2 kali.

4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentasi
1	Laki-laki	9	9%
2	Perempuan	91	91%
	Total	100	100%

Sumber: data primer (diolah), 2023

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin memperlihatkan bahwa sebanyak 9% atau 9 responden berjenis kelamin Laki-laki dan 91% atau 91 responden berjenis kelamin perempuan. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa didominasi oleh perempuan dengan presentase 91% atau 91 responden.

4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan Usia dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentasi
1	17-20	88	88%
2	20-25	9	9%
3	> 25	3	3%
	Total	100	100%

Sumber: data primer (diolah), 2023

Data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia antara 17-20 tahun yaitu sebesar 88% atau setara 88 responden dan yang paling sedikit berusia > 25 sebesar 3% atau 3 responden. Selibhnya dilakukan oleh konsumen usia antara 20-25 tahun sebesar 9% atau 9 responden konsumen di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa.

4.2.4 Karakteristik berdasarkan pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentasi
1	Pelajar/Mahasiswa	92	92%
2	Pegawai Negeri	0	0
3	Pegawai Swasta	5	5%
4	Wiraswasta	1	1%
5	Lain-lain	2	2%
	Total	100	100%

Sumber: data primer (diolah), 2023

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa pekerjaan responden Pelajar/Mahasiswa sebanyak 92% atau 92 responden, Pegawai sebanyak Negeri 0% atau 0 responden, Pegawai Swasta sebanyak 5% atau 5

responden, Wiraswasta sebanyak 1% atau 1 responden, Lain-lain sebanyak 2% atau 2 responden. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa didominasi oleh pelajar/mahasiswa dengan presentase 92% atau 92 responden.

4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.6

Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Presentasi
1	SD	0	0
2	SMP	2	2%
3	SMA	86	86%
4	Diploma	1	1%
5	Sarjana S1	11	11%
6	Pascasarjana/S2/S3	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: data primer (diolah), 2023

Data di atas menunjukkan bahwa Pendidikan responden SD sebanyak 0% atau 0 responden, SMP sebanyak 2% atau 2 responden, SMA sebanyak 86% atau 86 responden, Diploma sebanyak 1% atau 1 responden, Sarjana S1 sebanyak 11% atau 11 responden, Pascasarjana/S2/S3 sebanyak 0% atau 0 responden. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen berpendidikan SMA yaitu sebesar 86% atau 86 responden Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa.

4.3 Analisis Deskripsi Variabel

Dalam penelitian ini, untuk menyederhanakan variabel penelitian, bahwa perlu menggunakan karakter tertentu yang mengarahkan rata-rata nilai bagian angket yang diterima oleh responden. Penggunaan skors bagian ini dipakai sesuai dengan 5 bagian skors dalam skala Likert dan bobot nilai terendah yakni 1. Menurut Ali, (2017) adapun dalam menentukan kelas interval diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{kelas interval}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dengan rentang skala 0,8 maka skors dapat dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 4.7

Kriteria Analisis Deskriptif

Skala data	Rentang Kategori Skor	Penafsiran
1	1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik
2	1,80 – 2,59	Tidak Baik
3	2,60 – 3,39	Cukup
4	3,40 – 4,19	Baik
5	4,20 – 5,00	Sangat Baik

Tabel 4.8
Hasil Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Skala <i>Likert</i>					Rata-rata per item	ket
		1	2	3	4	5		
1.	Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa memiliki karyawan yang handal	0	2	3	30	65	4,58	Sangat Baik
2.	Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa memiliki karyawan yang cepat dan tanggap terhadap keinginan konsumen	0	1	4	43	52	4,46	Sangat Baik
3.	Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa memiliki karyawan yang bersikap ramah dan sopan	0	1	5	44	50	4,43	Sangat Baik
4.	Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa memiliki karyawan yang memberikan perhatian penuh kepada konsumen	0	0	4	47	49	4,45	Sangat Baik
5.	Penampilan karyawan rapi dan memberikan informasi kepada konsumen Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa	1	1	12	34	52	4,35	Sangat Baik
Total Rata – rata Skor							4,45	Sangat Baik

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil dari total rata-rata pada variabel kualitas pelayanan yaitu 4,45 dengan rata-rata jawaban tertinggi dari responden diperlihatkan pada item pernyataan “ Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa memiliki karyawan yang handal” yakni dengan nilai rata-rata 4,58. Sedangkan nilai rata-rata terendah responden terdapat pada item pernyataan “ Penampilan karyawan rapi dan memberikan informasi kepada konsumen Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa ” dengan nilai rata-rata 4,35. Sehingga dapat disimpulkan dari hasil distribusi jawaban responden mengenai variabel kualitas pelayanan secara umum memberikan penilaian sangat baik, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa memiliki karyawan yang handal dalam memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen.

Tabel 4.9
Hasil Pernyataan Variabel Fasilitas

No	Pernyataan	Skala <i>Likert</i>					Rata-rata per item	Ket
		1	2	3	4	5		
1.	Meja dan kursi yang disediakan masih layak pakai	0	0	9	67	24	4,15	Baik
2.	Tersedia fasilitas penunjang seperti stop kontak	0	2	9	39	50	4,37	Sangat Baik
3.	Lampu yang digunakan sudah mencukupi dan terang	0	2	11	43	44	4,29	Sangat Baik
4.	Fasilitas toilet yang bersih sesuai yang diharapkan	0	0	4	74	22	4,18	Baik
Total Rata – rata Skor							4,24	Sangat Baik

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil dari total rata-rata pada variabel fasilitas yaitu 4,24 dengan rata-rata jawaban tertinggi dari responden ditunjukkan pada item pernyataan ‘‘Tersedia fasilitas penunjang seperti stop kontak’’ yakni dengan nilai rata-rata 4,37. Sedangkan nilai rata-rata terendah responden terdapat pada item pernyataan ‘‘ Meja dan kursi yang disediakan masih layak pakai’’ dengan nilai rata-rata 4,15. Sehingga dapat disimpulkan dari hasil distribusi jawaban responden mengenai variabel fasilitas secara umum memberikan penilaian sangat baik, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa Warung Makan Seblak Bandung mengutamakan keterersedian fasilitas penunjang seperti stop kontak sehingga konsumen merasa terbantu ketika mengalami batrai handphone habis atau laptop.

Tabel 4.10
Hasil Pernyataan Variabel Lokasi

No	Pernyataan	Skala <i>Likert</i>					Rata-rata per item	Ket
		1	2	3	4	5		
1.	Memiliki tempat parkir yang luas, nyaman dan aman	0	1	9	36	54	4,43	Sangat Baik
2.	Lokasi Seblak Bandung Kembang Desa mudah dijangkau oleh transportasi umum	0	0	4	46	50	4,46	Sangat Baik
3.	Lokasi Seblak Bandung Kembang Desa dapat dilihat dengan jelas dari arah jalur transportasi manapun	0	0	9	40	51	4,42	Sangat Baik

Tabel Berlanjut...

Lanjutan Tabel 4.10

4.	Arah lalu lintas jalan untuk menuju lokasi Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa lancar	0	0	5	42	53	4,48	Sangat Baik
Total Rata – rata Skor							4,44	Sangat Baik

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil dari total rata-rata pada variabel lokasi yaitu 4,44 dengan rata-rata jawaban tertinggi dari responden ditunjukkan pada item pernyataan “Arah lalu lintas jalan untuk menuju lokasi Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa lancar” yakni dengan nilai rata-rata 4,48. Sedangkan nilai rata-rata terendah responden terdapat pada item pernyataan “ Lokasi Seblak Bandung Kembang Desa dapat dilihat dengan jelas dari arah jalur transportasi manapun” dengan nilai rata-rata 4,42. Sehingga dapat disimpulkan dari hasil distribusi jawaban responden mengenai variabel lokasi secara umum memberikan penilaian sangat baik, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa arah lalu lintas menuju Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa lancar sehingga memberikan kemudahan konsumen untuk menemukan lokasi Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa.

Tabel 4.11
Hasil Pernyataan Variabel Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Skala <i>Likert</i>					Rata-rata per item	Ket
		1	2	3	4	5		
1.	Makanan dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen	0	1	8	29	62	4,52	Sangat Baik
2.	Saya akan berkunjung kembali karena makanan dan pelayanan yang diberikan memuaskan	0	0	3	29	68	4,65	Sangat Baik
3.	Saya akan merekomendasikan Seblak Bandung Kembang Desa kepada rekan dan keluarga	0	1	4	43	52	4,46	Sangat Baik
Total Rata – rata Skor							4,54	Sangat Baik

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil dari total rata-rata pada variabel kepuasan konsumen yaitu 4,54 dengan rata-rata jawaban tertinggi dari responden diperlihatkan pada item pernyataan “ Saya akan berkunjung kembali karena makanan dan pelayanan yang diberikan memuaskan” yakni dengan nilai rata-rata 4,65. Sedangkan nilai rata-rata terendah responden terdapat pada item pernyataan “ Makanan dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen ” dengan nilai rata-rata 4,52. Sehingga dapat disimpulkan dari hasil distribusi jawaban responden mengenai variabel kepuasan konsumen secara umum memberikan penilaian sangat baik, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen Warung Makan Seblak Bandung merasa puas dan akan berkunjung kembali karena makanan dan pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen memberikan rasa puas.

4.4 Uji Validitas

Uji validitas dipakai untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2016). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dan dijadikan data oleh penguji. Jadi, validitas merupakan untuk menggambarkan apakah terdapat kesesuaian sebuah kuesioner dengan apa yang akan diukur. Uji Validitas menggunakan SPSS versi 21. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas butir angket adalah:

1. Jika r hitung positif dan r hitung $>$ r table (taraf sig 5%) maka variabel tersebut valid.
2. Jika r hitung tidak positif serta r hitung $<$ r table (taraf sig 5%) maka variabel tersebut tidak valid.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas

Kualitas Pelayanan				
Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Sig (2 tailed)	Keterangan
X1.1	0,552	0,1966	0,000	VALID
X1.2	0,651	0,1966	0,000	
X1.3	0,750	0,1966	0,000	
X1.4	0,679	0,1966	0,000	
X1.5	0,718	0,1966	0,000	
Fasilitas				
X2.1	0,612	0,1966	0,000	VALID
X2.2	0,785	0,1966	0,000	
X2.3	0,813	0,1966	0,000	
X2.4	0,607	0,1966	0,000	
Lokasi				
X3.1	0,525	0,1966	0,000	VALID
X3.2	0,764	0,1966	0,000	
X3.3	0,771	0,1966	0,000	
X3.4	0,754	0,1966	0,000	

Kepuasan Konsumen			
Y1.1	0,860	0,1966	0,000
Y1.2	0,761	0,1966	0,000
Y1.3	0,721	0,1966	0,000

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai masing-masing indikator (pernyataan) yaitu kualitas pelayanan 1-5, fasilitas 1- 4, lokasi 1- 4 terhadap kepuasan konsumen 1- 3 dinyatakan valid karena mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari 0,1966 dan nilai signifikansi indikator lebih kecil dari alpha 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel di atas dinyatakan valid. Sehingga seluruh variabel dapat dianalisis lebih lanjut.

4.5 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dan variabel atau konstruk (Ghozali, 2016). Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika pertanyaan pada kuesioner dijawab secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jadi, reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Uji Reliabilitas menggunakan SPSS versi 21 Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Alpha Cronbach, yaitu:

1. Apabila hasil koefisien Alpha > taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
2. Apabila hasil koefisien Alpha < taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,688	0,60	RELIABEL
2	Fasilitas (X2)	0,671	0,60	RELIABEL
3	Lokasi (X3)	0,643	0,60	RELIABEL
4	Kepuasan Konsumen (Y)	0,679	0,60	RELIABEL

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas indikator (pernyataan) di atas menunjukkan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai cronbach's alpha $> 0,60$ yaitu sebesar 0,688 yang berarti indikator variabel tersebut reliabel. Selanjutnya, variabel fasilitas memiliki nilai cronbach's alpha $> 0,60$ yaitu sebesar 0,671 yang berarti indikator variabel tersebut reliabel. Untuk variabel lokasi memiliki nilai cronbach's alpha $> 0,60$ yaitu sebesar 0,643 yang berarti indikator variabel tersebut reliabel. Dan yang terakhir yaitu variabel kepuasan konsumen memiliki nilai cronbach's alpha $> 0,60$ yaitu sebesar 0,679 yang berarti indikator variabel tersebut dikatakan reliabel. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang ada dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.5.1 Uji Asumsi Klasik

4.5.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independent dan dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik ialah distribusi data normal atau mendekati normal, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas menggunakan

SPSS versi 21 Jika tingkat signifikansi probabilitas $> 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data distribusi normal. Jika tingkat signifikansi probabilitas $< 0,05$ maka dapat diartikan bahwa data tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2016).

Tabel 4.14
Hasil Uji Normalitas

	<i>Undstandardizer Residual</i>	<i>Alpha</i>	Keterangan
N	100		
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,266	0,05	Normal

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan hasil output uji normalitas dengan One-Sample Kolgomorov-Smirnov Test menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,266. Maka nilai yang diperoleh dari hasil uji tersebut memiliki nilai signifikansi lebih besar dari $> 0,05$ yaitu sebesar 0,266 yang artinya data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.

4.5.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat *problem* multikolinearitas (Ghozali, 2016). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Multikolinearitas dapat dideteksi dengan

nilai *cutoff* yang menunjukkan nilai *tolerance* $> 0,1$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$. Uji multikolinearitas menggunakan SPSS versi 21.

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,570	1,755	Bebas Multikoleniaritas
Fasilitas	0,930	1,076	Bebas Multikoleniaritas
Lokasi	0,547	1,830	Bebas Multikoleniaritas

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan hasil output uji multikolinearitas dapat diketahui bahwa setiap variabel memiliki nilai toleransi lebih besar dari $> 0,1$ atau sama dan nilai $VIF < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), dan lokasi (X3) pada data tersebut tidak mengalami gejala multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

4.5.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dalam residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik ialah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan model Glejser test, yaitu dengan cara meregresikan nilai absolute residual terhadap variabel independent. Maka dari itu dapat diketahui ada tidaknya derajat kepercayaan 5%. Jika nilai signifikan variabel independent $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya jika nilai signifikansi variabel independent $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS versi 21.

Tabel 4.16
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,061	0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Fasilitas	0,085	0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Lokasi	0,252	0,05	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan hasil output uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,061 lebih besar $>$ dari alpha 0,05, nilai signifikansi variabel fasilitas sebesar 0,085 lebih besar $>$ dari alpha 0,05 dan nilai signifikansi variabel lokasi sebesar 0,252 lebih besar dari alpha 0,05 maka dari itu variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.5.2 Regresi Linier Berganda

Jika suatu variabel dependen bergantung pada lebih dari satu variabel independen, hubungan antara kedua variabel disebut analisis regresi linier berganda (*Linear multiple regression*) (Sugiyono., 2005).

Tabel 4.17
Hasil Regresi Linier Berganda

Keterangan	Unstandardized Coefficients		T.	Sig
	B	Std. Error		
(Constant)	1,482	1,308	1,133	0,260
Kualitas Pelayanan	0,326	0,060	5,469	0,000
Fasilitas	0,027	0,057	0,478	0,634
Lokasi	0,249	0,077	3,240	0,002

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan hasil tabel di atas maka dapat ditulis model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 1,482 + 0,326X_1 + 0,027X_2 + 0,249X_3 + e$$

- 1) Nilai konstanta (a) sebesar 1,482 yang artinya besarnya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Maka jika variabel bebas nilainya 0, maka kepuasan konsumen memiliki nilai sebesar 1,482.
- 2) Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,326 yang memiliki arti jika variabel independen lain memiliki nilai tetap dan variabel kualitas pelayanan (X1) meningkat satu satuan, lalu kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,326.

- 3) Nilai koefisien regresi pada variabel fasilitas (X_2) sebesar 0,027 yang memiliki arti jika variabel independen lain memiliki nilai tetap dan variabel fasilitas (X_2) meningkat satu satuan, kemudian kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,027.
- 4) Nilai koefisien regresi pada variabel lokasi (X_3) sebesar 0,249 yang memiliki arti jika variabel independen lain memiliki nilai tetap dan variabel lokasi (X_3) meningkat satu satuan, maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,249.

4.5.3 Uji T

Uji t digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel penjelas independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Salah satu cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan nilai statistic t dengan baik kritis menurut tabel. Dengan tingkat signifikansi 5% dari $df = n - K - 1$ maka akan diperoleh nilai t tabel, kemudian t tabel dibandingkan dengan nilai t hitung yang diperoleh. Dengan membandingkan kedua nilai t tersebut, akan diketahui pengaruhnya, yaitu dapat diterima atau ditolak hipotesis (Ghozali, 2013).

Hipotesis atau dugaan sementara pada uji t yaitu:

H_01 : Variabel independent Kualitas Pelayanan (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y)

H_02 : Fasilitas (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y)

H_0 : Lokasi (X_3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y)

H_1 : Variabel independent Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y)

H_2 : Fasilitas (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y)

H_3 : Lokasi (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y)

Menurut Duwi (2010) Kriteria dari pengujian uji t yaitu:

Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel:

- 1) Jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- 2) Jika nilai t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Berdasarkan nilai signifikansi:

- 1) Jika nilai signifikansi $>$ 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
- 2) Jika nilai signifikansi $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Tabel 4.18
Hasil Uji T

Variabel	t hitung	t tabel	Sig
Kualitas Pelayanan	5,469	1,985	0,000
Fasilitas	0,478	1,985	0,634
Lokasi	3,240	1,985	0.002

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilakukan perbandingan nilai t hitung dan nilai sig untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

- 1) Variabel kualitas pelayanan (X_1) diperoleh nilai t hitung sebesar 5,469 dengan nilai signifikasi sebesar 0,000. Nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $5,469 > 1,985$ dan nilai sig. $<$ 0,05 yaitu 0,000 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa.
- 2) Variabel fasilitas (X_2) diperoleh nilai t hitung sebesar 0,478 dengan nilai signifikasi sebesar 0,634. Nilai t hitung $<$ t tabel yaitu $0,478 < 1,985$ dan nilai sig. $>$ 0,05 yaitu 0,634 maka H_0 diterima dan H_2 ditolak artinya variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa.
- 3) Variabel lokasi (X_3) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,240 dengan nilai signifikasi sebesar 0,002. Nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $3,240 > 1,985$ dan nilai sig. $<$ 0,05 yaitu 0,002 maka H_0 ditolak dan H_3 diterima artinya

variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa.

4.5.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 mempunyai interval antara 0 sampai 1. Semakin besar R^2 (mendekati 1), semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independent secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen (Sulaiman, 2004). Koefisien determinasi memiliki tujuan untuk menentukan besarnya pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa (Mustari, 2021).

Tabel 4.19
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.740 ^a	.547	.533	.99351

a. Predictors: (Constant), TTLX3, TTLX2, TTLX1

b. Dependent Variable: TTLX1

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) di atas nilai R Square sebesar 0,547 atau dalam prosentase sebesar 54,7%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi sebesar 54,7% dan sisanya sebesar 44,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel independent yang ada di dalam penelitian ini.

4.6 Pembahasan

Pada penelitian ini bertujuan ingin mengetahui bagaimana pengaruh persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Berdasarkan data responden yang diperoleh oleh peneliti, diketahui bahwa mayoritas responden berusia 17-20 tahun sebesar 88% atau 88 responden dan mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan presentase 91% atau 91 responden. Dari data tersebut juga menunjukkan bahwa responden mayoritas merupakan seorang pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 92% atau 92 responden.

1. Pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa

Menurut Atmadjati (2018) kualitas pelayanan adalah kemampuan untuk melengkapi kebutuhan internal maupun eksternal konsumen secara konsisten sesuai dengan prosedur. Di dalam hal ini, penyedia jasa dituntut untuk berusaha memahami tentang hal yang diinginkan oleh konsumen, sehingga konsumen memiliki harapan untuk memperoleh kualitas pelayanan yang baik.

Hasil penelitian ini adalah diperoleh nilai t hitung kualitas pelayanan sebesar 5,469 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $5,469 > 1,985$ dan nilai $\text{sig.} < 0,05$ yaitu 0,000 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 0,326. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya adanya

hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Hal tersebut semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa akan semakin naik, begitu pula sebaliknya semakin kurang baik kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa akan semakin menurun. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Soliha (2022) dan Albesta (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya dengan adanya kualitas pelayanan seperti memiliki karyawan yang handal maka dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Sehingga dapat memicu terjadinya kepuasan konsumen.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan terbukti bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian variabel kualitas pelayanan terdapat hasil yang menarik dari jawaban responden pada pernyataan ‘’ Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa memiliki karyawan yang handal’’ yakni dengan nilai 4,58 dengan skor 0 responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju; 2 responden yang memberikan jawaban tidak setuju; 3 responden yang memberikan jawaban netral; 30 responden yang memberikan jawaban setuju; dan 65 responden yang memberikan jawaban sangat setuju. Sedangkan pada item pernyataan

“ Penampilan karyawan rapi dan memberikan informasi kepada konsumen Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa” yakni dengan nilai 4,35 dengan skor 1 responden yang menjawab sangat tidak setuju; 1 responden yang menjawab tidak setuju; 12 responden yang menjawab netral; 34 responden yang menjawab setuju; dan 52 responden yang menjawab sangat setuju.

Hasil tersebut dapat disimpulkan dari penelitian ini bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa dipandang oleh konsumen memiliki karyawan yang handal. Dengan adanya karyawan yang handal maka mampu memberikan pelayanan yang baik dan tanpa membedakan antar konsumen. Karena semua konsumen itu spesial.

Sehingga konsumen merasa puas bahwa kebutuhan atau harapannya terpenuhi oleh kualitas pelayanan Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penentu persepsi konsumen terhadap keberadaan suatu usaha, yaitu apakah layanan yang diterima dan dirasakan oleh konsumen akan sama dengan yang mereka harapkan. Hasil ini didukung oleh penelitian Wulandari (2020) yang menjelaskan bahwa

apabila kinerja dari pelayanan kepada konsumen itu baik dan sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen tersebut akan merasa puas.

2. Pengaruh variabel fasilitas (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa

Menurut Mardiyani (2013) fasilitas yaitu penyediaan perlengkapan-perengkapan demi memberikan kemudahan para konsumen dalam melangsungkan aktivitas atau kegiatan sampai kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Menurut Yoeti (2010) fasilitas adalah segala sesuatu benda yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri, bertujuan untuk memberikan pelayanan maksimal supaya konsumen atau pelanggan merasakan nyaman dan puas.

Hasil penelitian ini adalah diperoleh nilai t hitung sebesar 0,478 dengan nilai signifikansi sebesar 0,634. Nilai t hitung $< t$ tabel yaitu $0,478 < 1,985$ dan nilai $\text{sig.} > 0,05$ yaitu 0,634 maka H_0 diterima dan H_2 ditolak. Nilai koefisien regresi sebesar 0,027. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Artinya bahwa adanya hubungan positif antara fasilitas dan kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Hal tersebut berarti bahwa semakin lengkap fasilitas yang diberikan maka tidak menjadi tolak ukur untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Hal

ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kevin (2021) dan Iriyanto (2019) yang menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siregar (2022) yang menyatakan bahwa ada atau tidaknya fasilitas tidak ada pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas ternyata memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Bahwa adanya fasilitas penunjang seperti tersedia stop kontak di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa ini kurang dirasakan oleh konsumen atau kurang memberikan persepsi dibenak konsumen. Sehingga ada tidaknya kesediaan fasilitas penunjang tersebut tidak memicu kepuasan konsumen.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan tidak terbukti bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian variabel fasilitas terdapat hasil yang menarik dari jawaban responden pada pernyataan “ Tersedia fasilitas penunjang seperti stop kontak ” yakni dengan nilai 4,37 dengan skor 0 responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju; 2 responden yang memberikan jawaban tidak setuju; 9 responden yang memberikan jawaban netral; 39 responden yang memberikan jawaban setuju; dan 50 responden yang memberikan jawaban sangat setuju. Sedangkan pada item pernyataan “ Meja dan kursi yang disediakan masih layak ” yakni dengan nilai 4,15 dengan skor 0 responden yang menjawab

sangat tidak setuju; 0 responden yang menjawab tidak setuju; 9 responden yang menjawab netral; 67 responden yang menjawab setuju; dan 24 responden yang menjawab sangat setuju.

Hasil tersebut dapat disimpulkan dari penelitian ini bahwa ketersediaan fasilitas di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa tidak ada pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Sehingga tanpa adanya fasilitas yang disediakan maka konsumen masih bisa merasakan kepuasan dari variabel lain seperti kualitas pelayanan dan lokasi di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Hal ini didukung oleh penelitian Angelia (2022) yang menyatakan bahwa fasilitas bukan variabel yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen.

3. Pengaruh variabel lokasi (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa

Menurut Sibarani (2019) lokasi yaitu letak, tempat atau peletakkan suatu benda, keadaan dipermukaan bumi. Lokasi adalah dimana tempat orang-orang bisa berkunjung. Lokasi mempunyai hubungan dengan pemasaran adalah tempat yang khusus dimana lahan tersebut bisa dipergunakan untuk berbelanja.

Aspek yang menarik dari hasil penelitian ini adalah diperoleh nilai t hitung sebesar 3,240 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $3,240 > 1,985$ dan nilai $\text{sig.} < 0,05$ yaitu 0,002 maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 0,249. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Artinya bahwa adanya hubungan positif antara lokasi dan kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Hal tersebut berarti semakin strategis lokasi maka kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa akan semakin naik, begitu pula sebaliknya semakin kurang strategis lokasi maka kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa maka akan semakin menurun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2019) dan Riyanti (2015) yang menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, dengan arah lalu lintas lokasi menuju Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa yang lancar maka akan memberi kemudahan akses konsumen untuk menuju lokasi tersebut. Sehingga dapat memicu kepuasan konsumen.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan terbukti bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian variabel lokasi terdapat hasil yang menarik dari jawaban responden pada pernyataan “Arah lalu lintas jalan untuk menuju lokasi Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa lancar” yakni dengan nilai 4,48 dengan skor 0 responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju; 0 responden yang

memberikan jawaban tidak setuju; 5 responden yang memberikan jawaban netral; 42 responden yang memberikan jawaban setuju; dan 53 responden yang memberikan jawaban sangat setuju. Sedangkan pada item pernyataan “ Lokasi Seblak Bandung Kembang Desa dapat dilihat dengan jelas dari arah jalur transportasi manapun ” yakni dengan nilai 4,42 dengan skor 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju; 0 responden yang menjawab tidak setuju; 9 responden yang menjawab netral; 40 responden yang menjawab setuju; dan 51 responden yang menjawab sangat setuju.

Hasil tersebut dapat disimpulkan dari penelitian ini bahwa dengan adanya arah lalu lintas yang lancar menuju lokasi Warung Makan Seblak Bandung Kembang ada pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen memiliki. Hal ini menunjukkan bahwa Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa memiliki arah lalu lintas jalan menuju lokasi Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa lancar maka dapat memberikan kemudahan akses ke lokasi usaha agar konsumen dapat membeli atau menikmati produk di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Arah lalu lintas menuju lokasi yang lancar sehingga dapat memenuhi harapan konsumen. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Windari (2019) yang menyatakan bahwa semakin tinggi, semakin baik dan semakin baik penetapan lokasi usaha maka konsumen akan semakin puas dan juga akan semakin meningkat. Hasil ini didukung oleh penelitian Nurhanifah dan Sutopo (2015) yang menyatakan adanya akses jalan yang

mudah dapat diindikasikan bahwa semakin strategis lokasi dari jangkauan konsumen maka semakin kuat tingkat kepuasan konsumen.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa kepada konsumen berada pada kategori sangat baik, artinya sudah sesuai dengan yang diharapkan konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Yang dilihat dari lima indikator yaitu kehandalan (reliability), jaminan (assurance), empati (emphaty), dan bukti fisik (tangible). Dimana yang memiliki skor tertinggi dari jawaban responden adalah indikator kehandalan (reliability).
- 2) Variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Bahwa adanya fasilitas di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa ini kurang dirasakan oleh konsumen atau kurang memberikan persepsi dibenak konsumen. Sehingga ada tidaknya kesediaan fasilitas penunjang tersebut tidak memicu kepuasan konsumen. Yang dilihat dari empat indikator yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior,

kebersihan fasilitas. Dimana yang memiliki skor tertinggi dari jawaban responden adalah indikator kelengkapan.

- 3) Variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Lokasi usaha yang diterapkan di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa berada pada kategori sangat baik, artinya sudah sesuai dengan yang diharapkan konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan lokasi usaha yang ditetapkan oleh Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Yang dilihat dari empat indikator, kesediaan lahan parkir, memiliki tempat yang cukup luas dan alat transportasi yang mudah dijangkau, lokasi dilalui banyak alat transportasi, lokasi yang strategis. Dimana yang memiliki skor tertinggi dari jawaban responden adalah indikator lokasi yang strategis.
- 4) Nilai Adjusted R Square yang dihasilkan adalah 0,547 atau dalam prosentase sebesar 54,7%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi sebesar 54,7% dan sisanya sebesar 44,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel independent yang ada di dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan saran sebagai berikut:

- 1) Kualitas pelayanan yang diperlihatkan karyawan di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa sudah termasuk kategori sangat baik dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen. Namun apabila diperhatikan

dari indikator masih terdapat penilaian rendah, seperti pada item pernyataan penampilan karyawan rapi dan memberikan informasi kepada konsumen Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Dengan demikian akan lebih baik jika Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa meningkatkan kualitas pelayanannya terutama dalam hal penampilan karyawan rapi dan memberikan informasi kepada konsumen yang ditunjukkan adanya jawaban sangat tidak setuju dari responden.

- 2) Ketersediaan fasilitas di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa ternyata tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Walaupun variabel fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen namun disarankan agar pemilik Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa menyesuaikan dan menstandarisasi fasilitas yang berada di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa sesuai kebutuhan konsumen.
- 3) Lokasi pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa sudah berada pada tempat yang strategis dan termasuk kategori sangat baik dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen yang ditunjukkan dari hasil kuesioner berada pada rata-rata indeks tertinggi. Namun apabila dilihat dari hasil kuesioner rata-rata terendah pada item pernyataan lokasi Seblak Bandung Kembang Desa dapat dilihat dengan jelas dari arah jalur transportasi manapun sehingga akan lebih baik jika pemilik Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa untuk membuka cabang yang lokasinya di tengah kota atau di sekitar pusat kota untuk mempermudah dari jangkauan konsumen.

- 4) Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independent lainnya dalam penelitian, selain variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi. Dan variabel yang akan diteliti pada penelitian yang akan datang tersebut tentunya dapat mempengaruhi terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen sehingga dapat melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independent lain yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridola, S. (2020). Pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Coffe Town Bakery Di Kota Batam. *Jurnal EMBA*, 3(5), 2020–2033.
- Albesta, M. (2018). Pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Caffe Warunk UPNormal Kota Malang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1(1), 1689–1699.
- Albesta, M. (2021). Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Warunk Upnormal Kota Malang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 6(2), 12–27.
- Ali, A. M. (2017). *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Jalur dalam Penelitian*. Jakarta : CV Pustaka Setia.
- Alma, B. (2010). *Pengantar Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Alvino, G. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas, Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Karoseri Elf)*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Angelia, L. D. . (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Peningkatan Fasilitas E-Banking dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada PT.BNI Cabang Hangnadim Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 6(1), 27–33.
- Ariyanti, W. . (2022). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 9(1), 85–94.
- Armadani, K. (2014). Kuliner Tradisional: Menikmati Pedasnya Seblak Khas Bandung. *CNN Indonesia*.
- Atmadjati, A. (2018). *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini*. Bandung : Deepublish.

- BPS. (2011). *Data Statistik Industri Besar dan Sedang Jawa Tengah*. Bandung : Badan Pusat Statistik.
- Duwi, P. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta : Mediakom.
- Fadilah, R. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata, 1*(1), 1–8.
- Fakhrudin, A. (2021). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Bandar Udara Notohadi Negero Jember. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan, 7*(2), 103–106.
- Firmansyah, A. (2016). *Pengaruh Lokasi, Harga, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Soto Seger Mbok Giyem Cabang Sukoharjo)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pasar Pda Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal Manajemen, 3*(2), 34–40.
- Furnia, M. (2019). *Hits & Simple Daily Cooking: Lebih Lezat Tanpa MSG*. Jakarta : Visi Media.
- Gama, A. W. (2016). Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi, 4*(8), 25–31.
- Gary, A., & Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta : Penerbit Prenhalindo.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. Jakarta : Kencana.

- Herdinata, R. P. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Perusahaan CV. Andindo Duta Perkasa. *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 5(2), 380–388.
- Hidayat, N. S. (2017). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 7(2), 33–34.
- Iriyanto, G. U. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Warung Kopi Srintil Di Temanggung). *Jurnal.Unimus*, 4(1), 66–88.
- Kamaruddin, S. (2019). *Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik*. Jakarta : Qiara Media.
- Kevin, A. . (2021). Pengaruh Promosi, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Bakmi Golek Dewi Sartika. *Ikraith-Ekonomika*, 3(1), 153–162.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi Milenium*. Jakarta : Prenhallindo.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen pemasaran Pendekatan Praktis*. Jakarta : Graha Ilmu.
- Limakrisna, S. . (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Lovelock, C. H. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan II. Jakarta : Indeks.
- Lupiyoadi. (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung : Erlangga.
- Lupiyoadi, R. A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta Salemba Empat.
- Mardiyani, M. S. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Universitas Diponegoro.

- Markus, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada SPBU Muara Siban Kecamatan Pulau Pinang Kabupaten Lahat). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 886–891.
- Martono, N. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta Rajawali Pers.
- Moehyi, S. (1992). *Penyelenggaraan Makanan Institusi dan Jasa Boga*. Bhratara.
- Mudrikah, A. H. L. (2021). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin*. Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Mustari, H. . (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Warkop Sipadecengie Ma'rang Kabupaten Pangkep. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 36–42.
- Nurhanifah, A., & Sutopo, S. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada PT. Maharani Tri Utama Mandiri Cabang Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 3(4), 1–10.
- Nurlailah. (2014). *Manajemen Pemasaran*. UIN SA Press.
- Pane, D. ., Fikri, M. E. ., & Ritonga, H. . (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 1–11. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Paramita, N. . (2009). Analisis Pengaruh Lokasi, Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 34–38.

- Parasuraman, A. V. (1996). The Behavioral Consequences of service Quality. *Journal of Marketing*, 60(1), 34–54.
- Raharjani, J. (2005). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Swalayan di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Dan Organisasi*, 2(1), 1–15.
- Ramadhan, G. (2020). *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pt Joedhoprajitno SPBU 64.701.02 Kota Banjarmasin)*. Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Riyanti, R. (2015). *Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Kirana Di Kabupaten Sleman (Studi Kasus pada UKM Martabak Kirana)*. Universitas PGRI Yogyakarta.
- Riyanto S, H. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Jakarta CV. Budi Utama.
- Ruslan, R. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta Rajawali Pers.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Setiawan, R. K. . (2019). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang. *Buletin Studi Ekonomi*, 2(3), 167–171.
- Setiawan, R., Kosasih, K., & Sudrajat, A. (2019). pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan limasan kafe karawang. *Buletin Studi Ekonomi*, 24(2), 167–171.
- Setyobudi, D. . (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Jakarta Gava Media.
- Sholikah, I. U. . (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Paras Snack Di

- Kabupaten Boyolali Tahun 2019). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 4(6), 41–48.
- Sibarani, C. . (2019). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Yogyakarta : Yayasan Kita Menulis.
- Sibarani, L., & Lusmeida, H. (2021). Impact of Good Corporate Governance Towards Corporate Value With Enterprise Risk Management As Moderating Variable (Empirical Study of Financial Companies Listed in Idx for the Period 2017-2019). *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1), 74–98.
<https://doi.org/10.31937/manajemen.v13i1.1957>
- Siregar, N. M. E. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Pegunjung Kawasan Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat). *Jurnal Sosial Dan Ekonomi*, 3(1), 1–9.
- Soliha, D. . (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pelanggan Pada My Kopi O Semarang. *Journal of Management*, 5(1), 348–358.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta :Andi.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. CV. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sulaiman, W. (2004). *Analisis Regresi Menggunakan SPSS*. Andi Offset.

- Sulaksana. (2013). *Integrated Marketing Communications; Teks dan Kasus*. Jakarta : Pustaka Pelajar.
- Suliyanto. (2005). *Metode Riset Bisnis*. Andi.
- Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran I. Edisi Kedua*. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. CV Andi Offset.
- Tresiya, D. H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri. *JIMEK*, 1(2), 208–234.
- Windari, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Smart Ganesha Pekanbaru. *JOM FISIP*, 2(1), 1–16.
- Wulandari, N. A. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan*. (Skripsi). Universitas Semarang.
- Yoeti, O. A. (2010). *Dasar-dasar Pengertian hospitali dan pariwisata*. Alumni.
- Yuwananto, E. (2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima Di Kecamatan Gunungpati*. (Skripsi). Universitas Negeri Semarang.
- Zamzam, F. . (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Deepublish.
- Zeithaml, V. M. (2013). *Service Marketing*. Hill International Edition.

Lampiran 1

Kuesioner

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Saudara yang terhormat,

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan sebagai tugas akhir Strata Satu (S1), saya:

Nama : Layla Safitri

NIM : 195211197

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen Bisnis Syariah

Universitas : Universitas Raden Mas Said Surakarta

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa)”**. Adapun kuesioner ini saya sebarkan guna kepentingan pengumpulan data yang berkaitan dengan penelitian. Untuk itu saya mohon kepada responden untuk bersedia mengisi kuesioner penelitian ini dengan menjawab semua pertanyaan yang tersedia. Mohon kiranya Saudara mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya mengingat kualitas penelitian ini sangat tergantung pada pengisian yang dilakukan oleh Saudara.

Atas perhatian Saudara, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Hormat saya,



Layla Safitri

Petunjuk pengisian. Berilah tanda check list (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

A. Pertanyaan *Screening*

- Apakah Anda pernah melakukan pembelian pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa?

Ya (Melakukan Pembelian 2x)

Tidak

B. Profil Responden

- Nama:

- Jenis kelamin:

Laki-laki

Perempuan

- Usia:

17 - 20 tahun

> 25 tahun

20 - 25 tahun

- Pekerjaan:

Pelajar/Mahasiswa

Wiraswasta

Pegawai Negeri

Lain-lain

Pegawai Swasta

- Pendidikan terakhir atau yang sedang ditempuh:

SD

Diploma

SMP

Sarjana S1

SMA

S2/S

C. Petunjuk Pengisian kuesioner

Isilah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda check list (√) pada salah satu kolom jawaban yang ada:

Tanda	Keterangan	Bobot
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

DAFTAR PERTANYAAN

Kualitas Pelayanan

No.	Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa memiliki karyawan yang handal					
2.	Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa memiliki karyawan yang cepat dan tanggap terhadap keinginan konsumen					
3.	Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa memiliki karyawan yang bersikap ramah dan sopan					
4.	Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa memiliki karyawan yang memberikan perhatian penuh kepada konsumen					
5.	Penampilan karyawan rapi dan memberikan informasi kepada konsumen Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa					

Fasilitas

No.	Fasilitas (X2)	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Meja dan kursi yang disediakan masih layak pakai					
2.	Tersedia fasilitas penunjang seperti stop kontak					
3.	Lampu yang digunakan sudah mencukupi dan terang					
4.	Fasilitas toilet yang bersih sesuai yang diharapkan					

Lokasi

No.	Lokasi (X3)	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Memiliki tempat parkir yang luas, nyaman dan aman					
2.	Lokasi Seblak Bandung Kembang Desa mudah dijangkau oleh transportasi umum					
3.	Lokasi Seblak Bandung Kembang Desa dapat dilihat dengan jelas dari arah jalur transportasi manapun					
4.	Arah lalu lintas jalan untuk menuju lokasi Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa lancar					

Kepuasan Konsumen

No.	Kepuasan Konsumen (Y)	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Makanan dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen					
2.	Saya akan berkunjung kembali karena makanan dan pelayanan yang diberikan memuaskan					
3.	Saya akan merekomendasikan Seblak Bandung Kembang Desa kepada rekan dan keluarga					

Lampiran 2
Data Kriteria Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan
1	Sri Giarti	Perempuan	> 25	Wiraswasta	SMP
2	Anggita	Perempuan	20-25	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana S1
3	Dita Angelina Marcel	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana S1
4	Tika Dwi Lestari	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
5	Andhika Putra Bayu	Laki-laki	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
6	Septia Nuraini	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
7	Dyah Umu	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
8	Ellena Grelia Elizabeth	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
9	Wardah Kanaya Exarie W	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
10	Diandra Rafri Afrika	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
11	Endah Pratiwi I.L	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
12	Meylnda Tri W	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
13	Fadira Naina S	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
14	Ayu Ashari K	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
15	Susi Apriliyanti	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
16	Ervina Eka A	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
17	Nanda Rizky Avianisa	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
18	Sheila	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
19	Fitri	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
20	Anya	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
21	Sasa	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
22	Risma	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
23	Nashiffa Bunga A	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
24	Pingkan Nadya Y	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana S1
25	Imelda Larasati	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana S1
26	Rindiani Fatikasari	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
27	Erliana Ika Y	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
28	Febriana	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
29	Ghea Amanda P	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
30	Alisa Eka Wulandari	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
31	Candy Olivia Intansari	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
32	Salsabila Luluatul F	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
33	Intan Sukma	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
34	Huda	Laki-laki	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
35	Agus	Laki-laki	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
36	Alfian Eka Kurniawan	Laki-laki	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
37	Nismara W.R	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
38	M. Bimo Nuqraka	Laki-laki	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
39	Mariah	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA

40	Devina Mega Utami	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
41	Rizki Nur	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
42	Muhammad N.K	Laki-laki	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
43	Nurul Fatimah S.A	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
44	Ririn	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
45	Sherlina W	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
46	Viri Tri Manda A	Perempuan	20-25	Pegawai Swasta	SMA
47	Sri Aryati	Perempuan	20-25	Pegawai Swasta	SMA
48	Ilham Fathoni	Laki-laki	20-25	Pegawai Swasta	SMA
49	Vila Dian Safitri	Perempuan	20-25	Pegawai Swasta	SMP
50	Vieska Pritta Laksana	Perempuan	20-25	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana S1
51	Devi Agustini	Perempuan	17-20	Pegawai Swasta	SMA
52	Venna Dwi Novita	Perempuan	20-25	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana S1
53	Zahro	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana S1
54	Isna	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana S1
55	Amanda Sukmawati	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana S1
56	Laras	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
57	Renata cantika	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
58	Ryana Purwaningrum	Perempuan	20-25	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana S1
59	Ema Eka Yulianti	Perempuan	20-25	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana S1
60	Putri Yunia Kusumawati	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	Diploma
61	Natasya Fresty k	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
62	Herlina Hestri Eva	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
63	Indah	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
64	Naswa	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
65	Bella	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
66	Siti Nur Aisyah	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
67	Dwi Rahayu	Perempuan	> 25	Lain-lain	SMA
68	Sabrina	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
69	Azizah N.H	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
70	Anggita Lia Sari	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
71	Nurul	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
72	Nur	Perempuan	> 25	Lain-lain	SMA
73	Widyah	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
74	Anggita Dwi	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
75	Nur aini	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
76	Rita Tri Kusuma	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
77	Azizah Nur	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
78	Clara	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
79	Nanda Rani A	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
80	Ardhelia	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
81	Layra Segi	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
82	Rosy	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
83	Fira Vidya M	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
84	Tiara	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA

85	Ayu Nazifah Murtaqhfiroh	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
86	Rohmatub	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
87	Nabila Shafiah	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
88	Cinta Berliana K.D	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
89	Dealova Setya	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
90	Sifa Nur Aisiyah	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
91	Intan Nur Fadillah	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
92	Ardila	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
93	Shelli Ismqil	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
94	Puja Yana	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
95	Dyan Shafirna	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
96	Greecia Yuana A	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
97	Chinta Pameja P	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
98	Clarisaa Alev	Perempuan	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
99	Rizki	Laki-laki	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA
100	Ridwan S.A.R	Laki-laki	17-20	Pelajar/Mahasiswa	SMA

Lampiran 3
Tabel Tabulasi Data Penelitian

No	Kualitas Pelayanan						Fasilitas					Lokasi					Kepuasan Konsumen			
	X1	X2	X3	X4	X5	TTL	X1	X2	X3	X4	TTL	X1	X2	X3	X4	TTL	Y1	Y2	Y3	TTL
1	5	4	4	4	4	21	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	12
2	4	5	5	5	3	22	3	3	3	3	12	5	4	4	4	17	3	4	5	12
3	5	4	5	3	5	22	3	2	2	3	10	5	4	4	4	17	4	4	4	12
4	5	5	4	4	3	21	4	3	4	3	14	4	4	3	3	14	3	3	5	11
5	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	4	13
6	5	4	4	4	5	22	4	3	4	4	15	5	5	5	5	20	5	5	4	14
7	5	5	4	4	4	22	4	5	4	4	17	5	5	4	4	18	5	5	5	15
8	4	4	4	4	3	19	5	5	4	5	19	5	3	3	4	15	4	4	4	12
9	5	5	5	5	5	25	4	4	3	4	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15
10	5	5	5	5	4	24	4	5	5	4	18	5	4	5	4	18	4	5	5	14
11	4	4	4	5	5	22	5	4	5	5	19	4	5	3	4	16	4	5	4	13
12	4	4	3	3	3	17	4	5	3	4	16	5	3	3	3	14	3	4	4	11
13	3	3	5	4	5	20	4	3	3	4	14	2	4	3	3	12	3	3	3	9
14	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	17	5	5	4	5	19	5	5	5	15
15	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	18	5	4	4	4	17	4	4	4	12
16	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	11
17	3	4	4	3	3	17	4	3	3	4	14	5	3	3	4	15	3	4	4	11
18	5	5	5	5	5	25	4	4	3	4	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15
19	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	18	5	4	5	4	18	4	5	5	14
20	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	15
21	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
22	3	5	2	4	2	16	3	5	4	4	16	5	3	3	5	16	4	3	5	12
23	4	5	5	5	3	22	3	2	2	4	11	5	4	4	4	17	3	4	5	12
24	4	3	4	5	4	20	4	3	3	5	15	5	4	4	4	17	3	4	3	10
25	5	5	4	4	3	21	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16	4	5	5	14
26	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	5	5	5	15
27	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20	5	5	5	15
28	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19	5	5	5	15
29	5	5	5	4	5	24	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	15
30	5	5	5	5	5	25	3	5	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	15
31	5	5	5	4	5	24	3	4	5	4	16	5	4	4	4	17	4	4	5	13
32	5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	17	4	5	5	5	19	5	5	5	15
33	4	3	3	4	5	19	4	5	5	4	18	5	4	4	3	16	5	4	3	12
34	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	16	4	4	3	5	16	5	5	4	14
35	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	15

36	5	5	5	5	1	21	4	3	3	4	14	5	5	4	5	19	5	5	5	15
37	4	4	4	5	4	21	3	5	5	4	17	5	4	4	5	18	5	4	4	13
38	2	5	5	5	5	22	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	15
39	5	4	3	3	3	18	4	5	5	4	18	5	4	5	4	18	4	5	4	13
40	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	15
41	2	2	5	5	5	19	4	5	5	4	18	5	4	5	4	18	2	5	2	9
42	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	18	5	4	4	4	17	4	4	4	12
43	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	12
44	5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	16	4	4	5	3	16	5	5	5	15
45	5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	15
46	5	4	4	4	4	21	4	5	5	4	18	5	4	4	4	17	4	4	4	12
47	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12
48	4	4	3	4	3	18	4	3	4	4	15	5	4	4	5	18	5	5	4	14
49	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	5	5	4	14
50	5	5	4	4	3	21	4	5	4	4	17	4	4	4	5	17	5	5	5	15
51	5	4	4	4	4	21	5	4	4	5	18	4	5	5	5	19	5	5	4	14
52	5	4	4	5	5	23	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	5	4	4	13
53	5	4	3	4	5	21	4	5	5	5	19	4	4	5	4	17	4	4	4	12
54	4	5	5	4	4	22	4	5	4	4	17	3	5	4	5	17	5	5	5	15
55	5	4	5	4	5	23	4	5	5	4	18	4	5	5	5	19	5	5	4	14
56	5	5	4	5	5	24	4	5	4	4	17	4	5	5	5	19	5	5	5	15
57	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	18	4	5	5	5	19	5	5	5	15
58	5	5	5	4	5	24	4	4	5	4	17	5	4	5	5	19	5	5	5	15
59	5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	19	5	4	4	4	17	5	5	5	15
60	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	19	4	4	5	5	18	5	5	5	15
61	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20	4	5	5	14
62	5	4	5	4	4	22	5	5	3	4	17	5	4	5	5	19	5	5	4	14
63	5	5	4	4	4	22	4	5	4	4	17	5	5	4	5	19	5	5	5	15
64	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	5	5	4	14
65	5	5	5	4	4	23	3	4	4	4	15	3	4	4	5	16	5	5	5	15
66	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18	5	4	4	13
67	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	5	5	4	14
68	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	4	4	5	13
69	5	4	5	5	5	24	4	5	5	4	18	4	5	5	5	19	5	5	4	14
70	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	17	4	5	5	5	19	5	5	5	15
71	4	5	4	5	4	22	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20	5	5	5	15
72	5	5	5	5	5	25	3	4	5	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	15
73	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20	5	5	5	15
74	5	4	4	5	4	22	4	5	5	4	18	5	4	4	4	17	5	5	4	14
75	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	17	4	5	4	4	17	4	5	4	13
76	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	4	14
77	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	5	5	4	14
78	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	5	4	4	13

79	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	15
80	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18	5	4	5	14
81	5	4	4	4	4	21	5	4	4	5	18	4	4	3	5	16	4	5	4	13
82	5	4	4	4	4	21	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	4	5	4	13
83	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	18	3	4	4	4	15	4	5	4	13
84	5	4	5	5	5	24	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	5	5	4	14
85	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
86	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	5	5	15
87	4	4	5	5	5	23	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20	5	5	4	14
88	4	4	4	4	3	19	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	4	4	4	12
89	4	5	5	5	5	24	5	4	3	5	17	3	5	5	5	18	5	5	5	15
90	4	5	5	5	5	24	4	5	5	4	18	4	5	5	5	19	5	5	5	15
91	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	5	15
92	4	5	5	5	5	24	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19	4	4	5	13
93	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19	5	4	5	14
94	4	3	4	4	3	18	5	5	5	4	19	4	5	5	4	18	4	4	3	11
95	4	5	4	5	5	23	4	4	4	5	17	3	5	5	4	17	4	4	5	13
96	5	4	4	5	5	23	5	4	5	4	18	4	5	5	5	19	5	5	4	14
97	5	4	4	5	5	23	4	5	5	5	19	4	5	5	4	18	4	4	4	12
98	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	18	4	5	5	4	18	4	5	5	14
99	4	4	5	5	4	22	5	5	5	4	19	4	5	5	4	18	5	5	4	14
100	5	4	5	4	5	23	5	5	5	4	19	3	4	5	4	16	5	5	4	14

Lampiran 4

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Kualitas Pelayanan

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TTLX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.402**	.170	.078	.204*	.552**
	Sig. (2-tailed)		.000	.090	.441	.041	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.402**	1	.384**	.345**	.138	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.172	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.170	.384**	1	.485**	.487**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.090	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.078	.345**	.485**	1	.440**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.441	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.204*	.138	.487**	.440**	1	.718**
	Sig. (2-tailed)	.041	.172	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TTLX1	Pearson Correlation	.552**	.651**	.750**	.679**	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Fasilitas

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TTLX2
X2.1 Pearson Correlation	1	.209*	.236*	.465**	.612**
X2.1 Sig. (2-tailed)		.037	.018	.000	.000
X2.1 N	100	100	100	100	100
X2.2 Pearson Correlation	.209*	1	.635**	.211*	.785**
X2.2 Sig. (2-tailed)	.037		.000	.035	.000
X2.2 N	100	100	100	100	100
X2.3 Pearson Correlation	.236*	.635**	1	.277**	.813**
X2.3 Sig. (2-tailed)	.018	.000		.005	.000
X2.3 N	100	100	100	100	100
X2.4 Pearson Correlation	.465**	.211*	.277**	1	.607**
X2.4 Sig. (2-tailed)	.000	.035	.005		.000
X2.4 N	100	100	100	100	100
TTLX2 Pearson Correlation	.612**	.785**	.813**	.607**	1
TTLX2 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
TTLX2 N	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lokasi**Correlations**

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TTLX3	
X3.1	Pearson Correlation	1	.031	.109	.227 [*]	.525 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.763	.280	.023	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.031	1	.662 ^{**}	.529 ^{**}	.764 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.763		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.109	.662 ^{**}	1	.412 ^{**}	.771 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.280	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.227 [*]	.529 ^{**}	.412 ^{**}	1	.754 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.023	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TTLX3	Pearson Correlation	.525 ^{**}	.764 ^{**}	.771 ^{**}	.754 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kepuasan Konsumen

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	TTLY1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.577**	.400**	.860**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.577**	1	.272**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.000
	N	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.400**	.272**	1	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006		.000
	N	100	100	100	100
TTLY1	Pearson Correlation	.860**	.761**	.721**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS

Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.688	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	17.6900	3.751	.295	.698
X1.2	17.8100	3.509	.437	.641
X1.3	17.8400	3.206	.572	.583
X1.4	17.8200	3.523	.497	.620
X1.5	17.9200	3.004	.453	.641

Fasilitas**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.671	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	12.8400	2.358	.359	.660
X2.2	12.6200	1.733	.523	.555
X2.3	12.7000	1.646	.569	.517
X2.4	12.8100	2.458	.395	.646

Lokasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.643	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	13.3600	2.293	.148	.772
X3.2	13.3300	1.880	.561	.486
X3.3	13.3700	1.751	.531	.493
X3.4	13.3100	1.873	.536	.499

Kepuasan Konsumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.679	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	9.1100	.867	.603	.424
Y1.2	8.9800	1.212	.516	.570
Y1.3	9.1700	1.193	.387	.718

Lampiran 5
Hasil Uji Asumsi Klasik

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.97834158
	Absolute	.100
Most Extreme Differences	Positive	.057
	Negative	-.100
Kolmogorov-Smirnov Z		1.004
Asymp. Sig. (2-tailed)		.266

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.482	1.308		1.133	.260		
	TTLX1	.326	.060	.498	5.469	.000	.570	1.755
	TTLX2	.027	.057	.034	.478	.634	.930	1.076
	TTLX3	.249	.077	.301	3.240	.002	.547	1.830

a. Dependent Variable: TTLY1

UJI HETEROSKEDASTISITAS (Uji Glejser)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.297	.810		5.302	.000
	Kualitas Pelayanan	-.070	.037	-.233	-1.898	.061
	Fasilitas	-.062	.035	-.167	-1.741	.085
	Lokasi	-.055	.048	-.145	-1.153	.252

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 6

Hasil Uji Hipotesis

Uji Regresi Linier Berganda dan Uji T (Parsial)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.482	1.308		1.133	.260	
	TTLX1	.326	.060	.498	5.469	.000	.570
	TTLX2	.027	.057	.034	.478	.634	.930
	TTLX3	.249	.077	.301	3.240	.002	.547

a. Dependent Variable: TTLY1

UJI Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.740 ^a	.547	.533	.99351

a. Predictors: (Constant), TTLX3, TTLX2, TTLX1

b. Dependent Variable: TTLY1

Lampiran 7

Dokumentasi



Lampiran 8 Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK
INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN MAS SAID SURAKARTAFAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pandawa Pucangan, Kartasura, Sukoharjo
Telp (0271) 781516 Fax. (0271) 782774

Nomor : B-2314/Un.20/F.IV.1/PP.00.9/09/2022 Sukoharjo, 11 November 2022
Lamp. :
Hal : Permohonan Izin Penelitian

**Kepada Yth. Pimpinan/Direktur/Manajer/Kepala
Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa
di Tempat**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

**Yang bertandatangan di bawah ini Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam
Negeri Raden Mas Said Surakarta memohon izin penelitian atas :**

Nama : **LAYLA SAFITRI**
NIM : 195211197
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Penelitian : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
FASILITAS, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA
WARUNG MAKAN SEBLAK BANDUNG
KEMBANG DESA)**
Waktu : 1 (satu) bulan sejak surat permohonan ini dikeluarkan

Demikian, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb



**a.n. Dekan,
Wakil Dekan
Bidang Akademikdan Kelembagaan**



Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas SaidSurakarta;
2. Arsip.

Lampiran 9

Uji Turnitin

Alhamdulillah Skripsi Layla Safitri

ORIGINALITY REPORT

27 %	28 %	17 %	18 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	3 %
2	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	2 %
3	Submitted to Udayana University Student Paper	1 %
4	febi.uinsaid.ac.id Internet Source	1 %
5	123dok.com Internet Source	1 %
6	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1 %
7	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1 %
8	adoc.pub Internet Source	1 %
9	eprints.poltektegal.ac.id Internet Source	1 %