

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Study Kasus *Coffee Shop* Kopi Pelarian)**

Sari Hidayatul Kholifah¹⁾, Nanda Rusti²⁾, Kurniawan Muhammad Nur³⁾

Program Studi Agribisnis, Politeknik Negeri Banyuwangi

E-mail : sarihidayatulkholifah99@gmail.com

Informasi Artikel

Jurnal Javanica
<https://jurnal.poliwangi.ac.id/index.php/javanica>

E-ISSN 2963-8186

<https://doi.org/10.57203/javanica.v2i2.2023.114-124>

*Draft awal 20 Juni 2023
Revisi 27 Desember 2023
Diterima 29 Desember*

Diterbitkan oleh
Jurnal Javanica
Program Studi Agribisnis
Politeknik Negeri Banyuwangi

ABSTRAK

Meningkatnya mengonsumsi kopi di Indonesia, berbanding lurus dengan banyak bermunculnya gerai kopi atau *coffee shop*. Kualitas pelayanan, lokasi dan harga merupakan faktor penentu terhadap pengaruh kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga, baik secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen *Coffee Shop* Kopi Pelarian. Metode analisis menggunakan regresi linier berganda dengan sampel sebanyak 80 responden menggunakan *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji simultan diperoleh kualitas pelayanan, lokasi, dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di *coffee shop* Kopi Pelarian.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, lokasi, harga, kepuasan

ABSTRACT

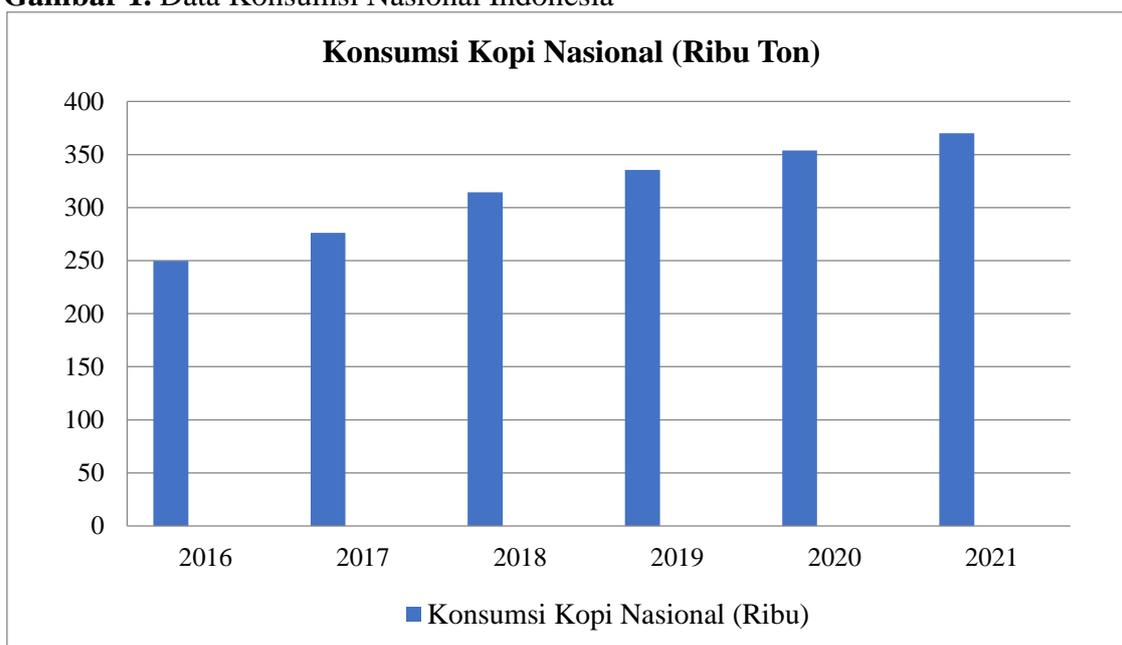
The increase in coffee consumption in Indonesia is directly proportional to the emergence of many coffee outlets or coffee shops. Service quality, location and price are determining factors in the influence of customer satisfaction. This study aims to determine the effect of service quality, location and price, both simultaneously and partially on customer satisfaction at Pelarian Coffee Shop. The analysis method uses multiple linear regression with a sample of 80 respondents using accidental sampling. The results showed that service quality and price had an effect on customer satisfaction, and location had no effect on customer satisfaction. The simultaneous test results obtained service quality, location, and price have a significant effect on customer satisfaction at the Pelarian Coffee shop.

Keywords: *service quality, location, price, customer satisfaction*

I. PENDAHULUAN

Di era modernisasi saat ini, masyarakat dituntut untuk mengikuti setiap perubahan yang ada, tidak terkecuali pada perubahan gaya hidup seseorang saat ini. Contohnya gaya hidup mengonsumsi kopi yang semakin meningkat di Indonesia. Tradisi minum kopi tidak hanya sekedar untuk menikmati rasa minuman kopi, tetapi juga untuk menemani aktivitas keseharian masyarakat seperti rapat, kerja, reuni, dan lain-lain. Hal inilah yang membuat tren mengonsumsi kopi meningkat di kalangan masyarakat. Peningkatan mengonsumsi kopi dapat dilihat pada Data Konsumsi Nasional Indonesia Gambar 1

Gambar 1. Data Konsumsi Nasional Indonesia



Sumber : Kementerian Pertanian, 2018

Meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia berbanding lurus dengan banyak bermunculnya gerai kopi atau *coffee shop*, salah satunya yaitu *coffee shop* Kopi Pelarian. Banyaknya bisnis *coffee shop* membuat persaingan antara *coffee shop* satu dengan yang lainnya menjadi lebih kompetitif. Hal tersebut membuat para pelaku usaha untuk lebih mengetahui berbagai faktor yang harus dipertimbangkan supaya menarik perhatian konsumen (Jaya *et al.*, 2021). Hal ini pula harus menjadi perhatian utama bagi pelaku bisnis *coffee shop*, termasuk *coffee shop* kopi pelarian.

Pelaku bisnis *coffee shop* harus dapat berfikir inovatif dan kreatif untuk menarik para konsumen dan menimbulkan kepuasan pada konsumen dalam menghadapi persaingan. Kepuasan konsumen akan menentukan keberhasilan pada *coffee shop* (Rusti *et al.*, 2021). Kepuasan konsumen adalah tingkatan dari kebutuhan, keinginan, dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan pada pembelian ulang atau loyalitas yang berkelanjutan. Semakin banyak harapan konsumen yang terpenuhi, maka konsumen akan merasa puas (Sofyan *et al.*, 2019). Kepuasan konsumen adalah hal yang paling penting bagi keberlangsungan hubungan baik antara perusahaan dan konsumen. Persepsi konsumen tentang perusahaan harus baik supaya citra *coffee shop* baik di mata publik, karena ketika konsumen merasa puas maka kemungkinan besar konsumen akan merekomendasikan dan menyebar luaskan tentang *coffee shop* tersebut.

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya kualitas pelayanan, harga, dan lokasi.

Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik perhatian banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, dan menghindari berpindahinya konsumen untuk menciptakan keunggulan khusus (Sofyan *et al.*, 2019). Konsumen dalam menentukan kualitas pelayanan tidak hanya berdasarkan pada hasil dari suatu layanan tersebut, tetapi juga perlu memperhatikan proses pemberian layanan tersebut.

Lokasi juga merupakan penentu dalam keberhasilan suatu bisnis. Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha (Tjiptono, 2008). Menurut Lupiyoadi (2009), Lokasi adalah keputusan yang dibuat oleh perusahaan yang berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Komponen yang menyangkut dalam lokasi yaitu pemilihan lokasi yang mudah dijangkau, daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat dengan pemukiman penduduk, aman, dan nyaman bagi konsumen, adanya fasilitas yang mendukung seperti lahan parkir yang luas, dan lain sebagainya.

Faktor harga adalah sebuah nilai bernominal yang harus dibayarkan oleh konsumen atas produk atau jasa yang dibeli. Harga merupakan sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan memiliki atau menggunakan produk jasa (Kotler dan Amstrong, 2008). Menurut Yulisetiari Diah (2013) menyatakan bahwa, harga berpengaruh pada keputusan konsumen, hal ini menyiratkan bahwa harga sama dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus *Coffe Shop Kopi Pelarian*)”.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *coffee shop* Kopi Pelarian yang beralamatkan di Jl. Singosari No.15, Sumber Jaya, Wringin Agung, Kecamatan Gambiran. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2022 – januari 2023.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan harga terhadap kepuasan konsumen. Data didapat dengan mengumpulkan responden yang mengisi kuesioner baik secara langsung, maupun online melalui situs *Google form*. Kriteria yang menjadi responden pada penelitian ini yaitu responden yang mengetahui dan pernah berkunjung ke *coffee shop* kopi pelarian, dan sebagai konsumen di *coffee shop* kopi pelarian.

Sampel dan Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2016), *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, sehingga peneliti dapat mengambil sampel pada siapa saja yang ditemui tanpa perencanaan sebelumnya. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 80 responden. Penentuan jumlah sampel yang *representative* adalah tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dikali 5 sampai 10 (Hair *et al.*, 2010). Dalam penelitian ini jumlah variabel yang diteliti yaitu 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat dengan total 14 indikator, maka sampel = jumlah indikator x 5 = (14 x 5) = 70. Maka sampel yang akan digunakan peneliti sebanyak 80 responden, karena peneliti

mencegah terjadinya *error* pada hasil penelitian. Alat yang digunakan untuk mengukur penelitian, penulis menggunakan *skala Likert* dengan skor 1 sampai 4, yaitu sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Data yang terkumpul kemudian diuji dengan menggunakan program *software SPSS for windows* versi 25.

Definisi Operasional

Definisi operasional variabel merupakan pengertian dari masing-masing variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Definisi operasional perlu dijabarkan agar mudah dipahami. Definisi operasional dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1. sebagai berikut :

Table 1. Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan merupakan strategi yang menguntungkan untuk menarik perhatian banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang sudah ada, dan menghindari berpindahnya konsumen untuk menciptakan manfaat khusus (Sofyan <i>et al.</i> , 2019).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangibles</i> (bukti fisik) 2. <i>Reability</i> (kehandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (kesigapan atau tanggapan) 4. <i>Assurance</i> (jaminan atau kepastian) 5. <i>Empathy</i> (empati). (Parasuraman, 2011).
Lokasi (X2)	Lokasi adalah keputusan yang dibuat oleh pengusaha atau pelaku usaha yang berkaitan dengan dimana operasi dan karyawannya akan ditempatkan (Lupiyoadi, 2009).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses yaitu kemudahan untuk dijangkau. 2. Visibilitas yaitu kemudahan lokasi untuk dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. 3. Tempat parkir yang luas. 4. Lalu lintas 5. Tersedianya tempat untuk perluasan tempat usaha. 6. Sesuai dengan peraturan pemerintah, yaitu peraturan yang berisi tentang ketentuan untuk mengatur lokasi dari sebuah usaha-usaha tertentu, misalnya bengkel motor dilarang terlalu berdekatan dengan tempat ibadah.. (Rachman, 2014).
Harga (X3)	Harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk jasa (Kotler dan Armstrong, 2008).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau 2. Kesesuaian harga dengan kualitas yang ditawarkan 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat (Kotler, 2008).
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa konsumen yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan mereka terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan mereka (Kotler dan Keller, 2009).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan 2. Kepuasan yang didapat konsumen akan menimbulkan keinginan untuk datang kembali 3. Kepuasan yang didapat konsumen akan menimbulkan citra baik (Kotler dan Keller, 2009).

Sumber : Data diolah, 2022

Metode Analisis Data

Uji Analisis Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2016), analisis regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependend dan dua atau lebih variabel independent. Analisis ini digunakan untuk meramalkan keadaan naik turunnya variabel dependen bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor yang digunakan. Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y	= kepuasan konsumen	X ₂	= lokasi
A	= konstanta	X ₃	= harga
b ₁ , b ₂ , b ₃	= koefisien regresi	e	= <i>Error tern</i>
X ₁	= kualitas pelayanan		

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Table 2. Karakteristik Responden

No.	Karakteristik	Persentase (%)	
1.	Jenis kelamin		
	Perempuan	45	
	Laki-laki	55	
2.	Usia	17-21	32
		22-26	59
		27-32	9
3.	Penghasilan atau uang saku	< Rp. 500.000	38
		Rp. 500.000 – Rp. 1.500.000	45
		>Rp.2.000.000–	18
		Rp.5.000.000	
4.	Pekerjaan	Pelajar / Mahasiswa	55
		Wiraswasta	15
		Karyawan swasta	21
		PNS	1
		Lain-lain	8
5.	Tingkat pendidikan	SMA / Sederajat	43
		Diploma	20
		S1 / D4	38
6.	Status Perkawinan	Lajang	92
		Menikah	8

Sumber : Analisis Data Primer (2022)

Berdasarkan Tabel 2, berbagai macam konsumen di *coffee shop* kopi pelarian didominasi oleh laki-laki dibandingkan oleh perempuan yang secara umum, laki-laki lebih identik dengan minum kopi, selain itu juga laki-laki cenderung lebih suka ngobrol atau nongkrong, berdiskusi tentang pekerjaan atau yang lainnya bersama teman maupun kerabat dengan waktu yang sangat lama dibandingkan dengan perempuan (Kholik N, 2018). Pada karakteristik berdasarkan usia 22 – 26 tahun lebih mendominasi pada *coffee shop* kopi pelarian pada Tabel 2. Yang dimana sesuai dengan target pasar yang dituju yaitu kalangan anak muda, dan diusia tersebut, responden banyak nongkrong atau berbincang dengan teman-teman yang hanya sekedar untuk mendiskusikan sesuatu yang biasa dilakukan oleh anak muda (Rusti *et al.*, 2021).

Berdasarkan responden berdasarkan penghasilan atau uang saku, lebih banyak memiliki pendapatan sebesar Rp. 500.000 – Rp. 1.500.000, berdasarkan Tabel 2. responden atau konsumen tersebut merupakan anak muda yang memiliki lebih dari cukup penghasilan untuk membeli atau menikmati minuman kopi di *coffee shop* (Rusti *et al.*, 2021). Seperti terlihat pada Tabel 2, persentase jenis pekerjaan konsumen menunjukkan bahwa mahasiswa atau pelajar 55%, wiraswasta 15%, karyawan swasta 21%, menunjukkan bahwa ketiga jenis pekerjaan tersebut yang mendominasi untuk menikmati minuman *coffee shop* kopi pelarian dari pada pekerjaan lain. pasalnya, menikmati minuman kopi di *coffee shop* sudah menjadi bagian dari agya hidup kaum milenial saat ini (Rusti *et al.*, 2021).

Terlihat pada tingkat pendidikan konsumen *coffee shop* kop pelarian sebagian besar merupakan tamatan SMA / sederajat dengan persentase 43%, yang dimana sesuai dengan hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan usia yang diperoleh yaitu berusia antara 22-26 tahun dan rata-rata masih berstatus sebagai mahasiswa/pekerja. Hal tersebut dikarenakan responden lebih senang berkumpul dengan teman-temannya ataupun sekedar untuk menghabiskan akhir pekannya maupun mengerjakan tugas kuliah (Jaya *et al.*, 2021).

Berdasarkan karakteristik pada Tabel 2, persentase responden lajang adalah 92%. Lebih banyak dibandingkan dengan responden yang berstatus menikah sebesar 8%. Responden yang sudah menikah memiliki kecenderungan untuk memikirkan kembali pengeluaran yang akan dikeluarkan untuk hanya sekedar membeli kopi di *coffee shop*, dibandingkan dengan responden yang masih lajang atau belum menikah (Rusti *et al.*, 2021).

3.2 Hasil Penelitian

Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi liner berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua variabel independen atau lebih secara bersama-sama dengan satu variabel dependen. Analisis ini berfungsi untuk melakukan prediksi, bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya (Sugiyono, 2019). Hasil uji regresi linier berganda pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 8.

Table 3. Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		
	B	t	Nilai Signifikansi
Konstanta	0,401	0,378	0,707
Kualitas Pelayanan (X1)	0,205	3,151	0,002
Lokasi (X2)	0,170	1,953	0,055
Harga (X3)	0,468	4,699	0,000

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Dari tabel diatas, maka didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,401 + 0,205X_1 + 0,170X_2 + 0,468X_3 + e$$

Persamaan regresi pada Tabel 4.10 dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 0,401 artinya jika (X_1 , X_2 , dan X_3) diasumsikan tetap atau bernilai 0, maka kepuasan konsumen akan bernilai 0,401
2. Koefisien regresi X_1 (Kualitas Pelayanan) memiliki nilai koefisien sebesar 0,205 dengan tanda positif (+). Artinya apabila variabel kualitas pelayanan ditingkatkan sebesar 1%, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,205%.

3. Koefisien regresi X_2 (Lokasi) memiliki nilai koefisien sebesar 0,170 dengan tanda positif (+). Artinya apabila variabel lokasi ditingkatkan 1%, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,170% .
4. Koefisien regresi X_3 (Harga) memiliki nilai koefisien sebesar 0,468 dengan tanda positif (+). Artinya apabila variabel harga ditingkatkan 1rupiah, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,468.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (Uji R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien (R^2) yaitu satu dan nol. Jika nilai R^2 kecil, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel sangat terbatas. Jika nilai R^2 mendekati satu, maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016). Hasil uji R^2 dapat dilihat pada Tabel 9.

Table 4. Hasil Koefisien Determinasi

Variabel	R	R_{Square}	$Adjusted R_{Square}$
Kualitas Pelayanan (X_1)			
Lokasi (X_2)	0,723	0,523	0,504
Harga (X_3)			

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.11 terlihat bahwa $Adjusted R_{Square}$ yaitu 0,504, artinya 50,4% kepuasan konsumen pada *coffee shop* kopi pelarian dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas pelayanan, Lokasi, dan Harga. Sedangkan 49,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini.

4.8 Uji T

Uji T merupakan alat untuk mengukur seberapa berpengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu atau parsial (Ghozali,2016). Uji T ini dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Hasil uji T dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 10.

Table 5. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Nilai signifikansi	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	3,151	1,990	0,002	Signifikan
Lokasi (X_2)	1,953	1,990	0,055	Tidak Signifikan
Harga (X_3)	4,699	1,990	0,000	Signifikan

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Hasil uji t pada Tabel 10 menyatakan bahwa :

1. Uji Hipotesis H_1

Hasil dari uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3,151 > t_{tabel}$ 1,990, serta nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan $0,002 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kalitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *coffee shop* kopi pelarian. Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2. Uji Hipotesis H_2

Hasil dari uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $1,953 > t_{tabel}$ 1,990, serta nilai signifikan variabel lokasi $0,055 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *coffee shop* kopi pelarian. Sehingga H_0 diterima dan H_2 ditolak.

3. Uji Hipotesis H_3

Hasil dari uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $4,699 > t_{tabel}$ 1,990, serta nilai signifikan variabel harga $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut, menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif

dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *coffee shop* kopi pelarian. Sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji F ini dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} dengan taraf signifikan $<0,05$. Hasil uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 11.

Table 6. Hasil Uji F (Simultan)

Ariabel	F_{hitung}	F_{tabel}	Nilai Signifikansi	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)				
Lokasi (X_2)	27.722	2,719	0,000	Signifikan
Harga (X_3)				

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 11 hasil uji F yang dihasilkan, diketahui X_1 , X_2 , dan X_3 secara simultan terhadap Y sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} sebesar $27,722 > F_{tabel}$ sebesar 2,719, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen (Kualitas pelayanan, Lokasi dan Harga) secara simultan (bersama) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen *coffee shop* kopi pelarian.

3.3 Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, terlihat bahwa konsumen di Kopi Pelarian merasa puas dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh *coffee shop* Kopi Pelarian, seperti fasilitas yang diberikan (toilet yang bersih, tempat yang nyaman dan asik, musik yang selalu di putar setiap malam, dan wifi yang tidak lemot), pelayanan yang cepat, tanggap dan memiliki sikap yang ramah kepada konsumen. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang harus diberikan kepada konsumen akan membuat konsumen itu sendiri merasa puas. Hasil persamaan regresi linier berganda didapatkan nilai koefisien sebesar 0,205 dan hasil uji t (parsial) variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t_{hitung} 3,151 $> t_{tabel}$ 1,990, dengan nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan 0,002 $< 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *coffee shop* kopi pelarian. Kopi Pelarian juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Adanya kualitas pelayanan yang baik, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen saat membeli di Kopi Pelarian. Hal ini pun didukung dengan penelitian Tandra *et al.*, (2021), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian pada variabel lokasi menunjukkan bahwa lokasi secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan. Hasil dari analisis regresi linier berganda didapatkan nilai koefisiensi sebesar 0,170 dan uji t (parsial) variabel lokasi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,953 $< t_{tabel}$ 1,990, serta nilai signifikan variabel lokasi 0,055 $> 0,05$, hal tersebut menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen *coffee shop* kopi pelarian. Artinya, apabila variabel lokasi mengalami peningkatan, maka hal tersebut tidak akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan konsumen karena lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Lokasi *coffee shop* Kopi Pelarian berada di pinggir jalan, namun bukan jalan raya utama. Meskipun

akses jalan menuju lokasi mudah dijangkau dengan kendaraan dan mudah dicari, lokasi *coffee shop* kopi pelarian berada cukup jauh dari pusat jalan raya, lokasi *coffee shop* berada di pinggiran kota yang tidak terlalu ramai dan penerangan jalan yang kuang, konsumen tidak memperlmasalahkan hal tersebut. Mengingat beberapa *coffee shop* lain yang berjarak tidak jauh dari Kopi Pelarian yang memiliki lokasi yang tersembunyi. Hal ini pula yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak dipengaruhi oleh lokasi, karena konsumen tidak akan merasa puas apabila hanya melihat dari faktor lokasi saja, namun konsumen akan melihat dari kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan oleh kopi pelarian. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sembor *et al.*, (2016), yang menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian lain yang mendukung penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Wariki *et al.*, (2015), dengan hasil variabel lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil persamaan regresi linier berganda didapatkan nilai koefisiensi sebesar 0,468 dan hasil uji t (parsial) variabel harga mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar $4,699 > t_{tabel}$ 1,990, serta nilai signifikan variabel harga $0,000 < 0,05$. Artinya konsumen merasa bahwa harga yang ditawarkan oleh kopi pelarian sangat sesuai dengan fasilitas maupun rasa yang diberikan kepada konsumen. Harga yang ditawarkan oleh *coffee shop* Kopi Pelarian mulai dari Rp. 10.000 – Rp. 15.000, yang dimana harga tersebut dapat bersaing dengan *coffee shop* lain. Harga yang ditawarkan Kopi Pelarian sesuai dengan kuesioner yang peneliti ambil, konsumen merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan cita rasa yang diberikan. Semakin baik harga yang ditawarkan, maka kepuasan konsumen akan ikut meningkat (Firdiyansyah, 2017). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Maharani dan Alam (2022), yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian ini, kualitas pelayanan, lokasi, dan harga secara simultan menunjukkan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, meskipun lokasi tidak berpengaruh signifikan pada uji T (parsial), namun lokasi berpengaruh signifikan pada uji F (simultan) , dengan kata lain variabel lokasi dapat menjadi pendukung ke-2 variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, sehingga rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini dapat diselesaikan. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Firdiansyah (2017), yang menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain yang mendukung dengan penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Situmeang (2017), dengan hasil yang menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, harga, dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian dengan pengolahan data uji statistika menggunakan SPSS, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil uji T (parsial) pada variabel kualitas pelayanan (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} 3,151 > t_{tabel} 1,990, dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Nilai t_{hitung} 3,151 > t_{tabel} 1,990 dan nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05 serta nilai regresi memiliki nilai positif, maka hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima.
2. Hasil uji T (parsial) variabel lokasi (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} 1,953 < t_{tabel} 1,990, dengan nilai signifikan 0,055. Nilai t_{hitung} 1,953 < t_{tabel} 1,990, dan nilai signifikan 0,055 > 0,05, serta nilai regresi memiliki hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di *coffee shop* kopi pelarian.
3. Hasil uji T (parsial) variabel harga (X_3) diperoleh nilai t_{hitung} 4,699 > t_{tabel} 1,990, dengan nilai signifikan 0,000. Nilai t_{hitung} 4,699 > t_{tabel} 1,990, dan nilai signifikan 0,000 < 0,05, serta nilai regresi memiliki nilai positif, maka hipotesis yang menyatakan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *coffee shop* kopi pelarian.
4. Hasil uji F (simultan) mendapatkan hasil bahwa variabel independen (Kualitas pelayanan, Lokasi dan Harga) secara simultan (bersama) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen *coffee shop* kopi pelarian dengan nilai F_{hitung} 27,722 dan F_{tabel} 2,719.

DAFTAR PUSTAKA

- Firdiyansyah, I. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam*. Jurnal Elektronik REKAMAN. Vol 1 (1) : 2598-8107.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat: Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9, Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Jaya, W., Arifin, R., Slamet, R.A. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kafe Family Kopi Di Malang)*. E-Jurnal Riset Manajemen.
- Kholik, N.S. 2018. *Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar CoffeeShop (Studi Kasus pada Coffee shop "Starbucks" di Mall Botani Square Bogor)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (UIN) : Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edis keduabelas, Jilid I*. Penerjemah Sabran, B. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maharani, R,A,N., Alam, I.A. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahudin*. Sibatik Jurnal. Vol 1 (4).

- Rusti,N., Irham., Suryantini,A. 2021. *The Factors Influencing Local Coffee Shop Customers' Satisfaction inthe 4.0 Industry Era*. Agro Ekonom. Vol 32. Issue 1.
- Sembor, A., et al. 2016. *Pengaruh Strategi Harga, Tempat dan Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Sentralindo Valutama*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi. Vol 16, No. 1.
- Situmeang, L.S. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (UINSU) : Sumatera.
- Sofyan,C., Sepang,J.L., Loindong,S. 2019. *Pengaruh KualitasPelayanan, Harga Dan Lokasi TerhadapKepuasan Konsumen Pada Wht's Up Café Manado*. Jurnal EMBA. Vol.7 No.3 (4230-4240)
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tandra, M.M., Lumanauw,B., Rogi,M.H. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Era New Normal pada Starbucks Manado Town Square*. Jurnal EMBA. Vol.9 No.4 (1476-1484).
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi pemasaran*. Edisi ketiga. Penerbit CV. Andi Offset. Yogyakarta. dan G. Chandra. 2007. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi kedua. Penerbit Andy Offset : Yogyakarta.
- Wariki,G.M., Mananeke,L., Tawas,H. 2015. *Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado*. Jurnal EMBA. Vol.3 No.2 (1073-1085).
- Yulisetiari, D. 2013. *The Role Of Service, Price, Promotion, Place, And Comfort On Customer Statisfaction And Switching Intention In Minimarket At Jember Regency*. International Research Journal Of Finaance And Econimic Issue, 144:24-32.