

**PENGARUH KUAITAS LAYANAN, HARGA, DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI KASUS PADA BAKSO MERCON BU'YAN)**

**Nopita Mayang Sari<sup>1)</sup>, Sri Ekowati<sup>2)</sup>**  
<sup>1)2)</sup>Universitas Muhammadiyah Bengkulu  
[sarimayangnopita@gmail.com](mailto:sarimayangnopita@gmail.com)

**ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of service quality, price, and location on consumer satisfaction, a case study on Bakso Mercon Bu'yan. The problem of this study is whether the quality of service, price, and location affect consumer satisfaction. This study took research samples of 100 consumers by using accidental sampling. While, data collection techniques by giving questionnaires. For data analysis technique used multiple linear regression, instrument test, coefficient of determination and hypothesis test. The results showed that the price had a positive effect on consumer satisfaction, which indicated the price given accordance with the customer satisfaction as shown with the value of benefits obtained, which make consumers have not objection to make purchasing decisions. Similarly, Price has a positive influence on consumer satisfaction. This means that if this is in accordance with the customer satisfaction given. Furthermore, the location variable showed a positive influence on consumer satisfaction, which indicated if the location is more strategic then customer satisfaction will also increase. Thus, the results of research sum it all that service quality, price and location have partially and simultaneously effects on consumer satisfaction at Bakso Mercon Bu'yan.

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

**PENDAHULUAN**

Pada zaman dimana semakin berkembang, yang bisa menjadikan banyak terjadinya persaingan di dalam pemasaran. Pemasaran adalah sebuah kegiatan bisnis dalam merencanakan atau mendistribusikan serta mempromosikan produk maupun jasa dengan fungsi untuk memenuhi keinginan maupun kebutuhan konsumen dari perusahaan (Kotler dan Amstrong, 2012).

Di dalam pemasaran terdapat berbagai macam bidang, salah satu nya yaitu di bidang kuliner. Dari banyaknya bisnis yang berkembang pada saat ini salah satu diantaranya adalah bisnis kuliner. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang tidak pernah

ada matinya. Peluang akan selalu terbuka lebar bila kita jeli melihat nya. Kuliner akan selalu di butuhkan orang tanpa melihat musim ataupun lagi krisis karena makanan adalah kebutuhan pokok selain sandang dan papan.

Bisnis kuliner kian marak lantaran memiliki lahan yang cukup potensial dan kreatif dalam pengelolaannya. Di dalam bisnis kuliner ini pengusaha di tuntut untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, karena terjadi jumlah peningkatan usaha yang memunculkan persaingan semakin ketat. Maka untuk menghadapi persaingan dalam pemasaran dan keadaan yang seperti itu, pengusaha harus mempunyai cara alternatif untuk usahanya agar tetap bisa berkembang dengan baik dan dapat bertahan di dalam persaingan di antar pasar.

Saat ini, pelanggan sudah semakin cermat dalam memilih dan mengevaluasi produk/jasa, hal ini juga secara langsung berdampak pada bagaimana pelanggan dapat semakin pintar dalam mengevaluasi kualitas layanan yang baik, lokasi dan harga yang sesuai dengan harapan dan kemampuan mereka. Semakin tinggi nya tingkat persaingan, menyebabkan pelanggan memiliki lebih banyak alternative produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang di anggap paling tinggi dari beberapa produk/jasa (Kotler, 2005).

Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Maka dari itu, kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan bagi pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di warung itu saja tetapi akan berdampak juga pada orang lain. Karena Kualitas layanan memiliki hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing (Lupyoadi dan Hamdani. 2006). dengan demikian, perusahaan akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Tjiptono, 1996).

Dari harapan tersebut akan berkembang dari waktu ke waktu seiring dengan semakin bertambahnya pengetahuan dan pengalaman konsumen, pada dasarnya harapan konsumen yang paling utama adalah kepuasan konsumen lebih memikirkan apa yang akan di belinya dapat memuaskan sesuai dengan harapan konsumen tersebut sebagai dasar pelanggan untuk membeli. Bisnis ini memang semakin tumbuh subur seiring dengan perkembangan jumlah penduduk dan gaya hidup yang ingin serba cepat tersaji. Pelaku usaha di bidang kuliner juga tidak dapat menghindari persaingan dalam menjaga minat konsumen untuk tetap mempertahankan kualitas layanan, harga dan lokasinya. Menghadapi hal tersebut, maka seorang pengusaha kuliner harus dapat mengelola kegiatan pemasaran dengan lebih baik secara terus menerus dan berusaha meningkatkan keuntungan yang optimal. Untuk mencapai hal tersebut maka dibutuhkan perhatian khusus dan juga pengetahuan yang cukup untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan berpengaruh dalam kegiatan pemasaran.

Kewirausahaan adalah proses dinamis untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa serta kemakmuran. Tambahannya nilai dan kemakmuran ini diciptakan oleh individu wirausaha yang memiliki keberanian menanggung risiko, menghabiskan waktu, serta menyediakan berbagai produk barang dan jasa. Barang dan jasa yang di

hasilkan oleh wirausaha tidak selalu barang baru tetapi memiliki nilai yang barudan berguna. (Suryana 2011:2). hasil akhir dari proses tersebut adalah menciptakan usaha baru yang berbentuk pada kondisi risiko dan ketidakpastian.

Usaha kecil merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritasnya berdiri sendiri, merupakan kegiatan usaha yang perlu dilindungi oleh pemerintah untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. Ina Primiana, (2009) dalam Riza Rizka Julia, (2019) mengungkapkan bahwa keberhasilan usaha kecil dapat di ukur dengan indicator ketahanan usaha, pertumbuhan penjualan dan output produksi. Sedangkan dalam penelitian ini di ukur dengan indicator kualitas layanan, harga, lokasi dan kepuasan konsumen. Minat beli konsumen dapat di pengaruhi oleh kualitas layanan, lokasi dan harga sehingga menciptakan kepuasan konsumen.

Menurut Kotler, kualitas layanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan dari seseorang kepada orang lain. Kineja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak terlibat dalam kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya layanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pelanggannya.

Menurut Ujang Suwarman (2004) Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seorang pelanggan untuk datang dan membeli. Lokasi yang strategis juga dapat menentukan kepuasan konsumen. pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi seperti akses yang mudah dilalui atau mudah dijangkau, visibilitas lokasi perusahaan dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan dan tempat parkir yang luas serta aman dapat mementukan keberhasilan suatu usaha. Dengan lokasi yang strategis dan dapat dijangkau akan memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Harga merupakan suatu bagian penting bagi penjual dan pembeli. Keputusan penetapan harga akan menentukan keberhasilan atau kegagalan bagi penjual. Karenanya kepercayaan pelanggan dalam menggunakan suatu produk/jasa merupakan salah satu factor yang penting bagi penjual. karena harga dapat menjadi patokan kepuasan pelanggan. Harga yang terjangkau akan menjadi senjata ampuh dalam menghadapi persaingan pasar. Dengan menetapkan harga yang terjangkau tanpa harus mengurangi kualitas dari produk/jasa tersebut maka akan lebih mudah pelanggan untuk membeli produk/jasa yang dipasarkan. bagi para pelaku usaha yang berdiri dibidang kuliner, lebih harus memperhatikan harga yang ditetapkan. Karena harga merupakan salah satu factor penentu pelanggan untuk melakukan pembelian terhadap produk/jasa tersebut.

Menurut Kotler (2005) kepuasan konsumen adalah sebuah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan hasil atau prestasi produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil produk yang diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan, maka itu artinya pelanggan puas. Tetapi jika kinerja tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka dalam hal ini pelanggan tidak puas.

Bakso mercon bu'yan yang berdiri sejak 2019 merupakan salah satu warung bakso yang terletak di JL. Telaga Dewa 10 kecamatan selebar kota bengkulu. Warung bakso ini menjual berbagai jenis makanan. Harga yang ditawarkan oleh warung bakso ini juga terjangkau oleh konsumen yang variatif. Menu makanan dan minuman juga beragam, khususnya bakso yang menjadi andalan mereka. Selain menu beragam, fasilitas juga diperhatikan oleh pihak warung bakso ini. Terdapat beberapa pilihan warung bakso yang berada disekitas warung Bakso Mercon Bu'yan ini, banyak hal yang menjadi pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih warung bakso tertentu. Pihak manajemen warung bakso berusaha memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas layanan, harga serta lokasi yang ada di warung bakso, oleh karena itu berhasil tidaknya warung bakso dalam berkomunikasi dengan para pelanggan tergantung pada kualitas layanan yang terbaik, harga yang terjangkau, dan lokasi yang mudah dijangkau.

Salah satu bagian dari usaha kecil yang bergerak dan melaksanakan aktivitasnya di bidang pemasaran yaitu Bakso Mercon Bu'yan. Bakso mercon bu'yan menyediakan berbagai varian menu dengan harga yang berbeda-beda. Diantaranya bakso mercon, bakso rudal, dan bakso biasa. Selain itu di bakso bu'yan juga menyediakan mie ayam pangsit, somai dan berbagai makanan ringan serta minuman segar dan jus untuk melengkapi kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan survey awal, beberapa responden memberikan informasi dan mengungkapkan beberapa keluhan mengenai kehandalannya dalam pelayanan dan ketepatan dalam pelayanan yang berupa penyampaian untuk mengimbangi pelanggan. Sehingga membuat pelanggan menunggu agak lama. Karena kualitas layanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Sejalan dengan pendapat Cronim dan Taylor (1992) dalam Margaretha (2004:297) menemukan adanya hubungan yang kuat dan positif antara kualitas layanan dengan kepuasan konsumen. Kepuasan tercipta karena adanya pelayanan dari produk/jasa yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.. karena biasanya pelanggan menilai kepuasan berdasarkan dari segi pengalaman yang pernah mereka rasakan sebelumnya. Jadi, apabila harapan dan keinginan dari pelanggan itu terpenuhi maka pelanggan akan merasa puas, dan jika harapan dan keinginan pelanggan belum terpenuhi dengan maksimal maka pelanggan akan merasa kurang puas dan kecewa. Maka Untuk menciptakan nilai lebih pada pelanggan, harus meningkatkan kualitas layanan yang berkaitan dengan segala sesuatu yang tampak nyata dan di tentukan oleh persepsi pelanggan secara subjektif dari layanan yang diterima, yang menjadi faktor utama keberhasilan yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan demikian, pelaku usaha harus memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan agar terciptanya kepuasan konsumen. Selain itu, faktor lain yang juga mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga dan lokasi. Dimana harga juga sangat menjadi pertimbangan bagi pelanggan, karna dengan penetapan harga yang terjangkau sesuai dengan porsi dan rasa dari produk yang di terima, maka akan menciptakan kepuasan tersendiri bagi konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, terdapat beberapa keluhan responden mengenai pelayanannya dan kehandalan dalam pelayanan yang berupa penyampaian untuk mengimbangi pelanggan.maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih jauh dan mengangkat penelitian tentang “**Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Bakso Mercon Bu’Yan)**”.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penellitian ini merupakan jenis peneliitian deskriptif kuantitatif, Dengan demikian populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Bakso Mercon Bu’yan. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel incidental . Teknik *incidental sampling* yang baik digunakan jika jumlah dan karakteristik populasi tidak diketahui sebelumnya. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuesioner (angket). Teknik analisis data dengan menggunakan Uji Analisis Regresi Linier Berganda, dan Uji Hipotesis yaitu Uji t dan Uji f.

## **HASIL PENELITIAN**

### **Uji Parsial ( Uji t)**

Uji hipotesis ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan nilai t Tabel tingkat keyakinan 95% atau  $\alpha = 0,05$ . Uji – t digunakan untuk menguji apakah variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai variabel terikat.

**Tabel 1**  
**Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji t**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
<b>Model</b>		<b>Unstandardized Coefficients</b>		<b>Standardized Coefficients</b>	<b>T</b>	<b>Sig.</b>
		<b>B</b>	<b>Std. Error</b>	<b>Beta</b>		
<b>1</b>	<b>(Constant)</b>	1,927	1,051		1,833	,069
	<b>Kualitas Layanan</b>	,184	,087	,139	2,105	,038
	<b>Harga</b>	,770	,090	,626	8,565	,000
	<b>Lokasi</b>	,179	,081	,220	2,215	,029
<b>a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen</b>						

*Sumber: Output SPSS 24.0. 2021*

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara  $t_{hit}$  dengan  $t_{\alpha/2}$  ( $n-k-1$ ) =  $100-3-1 = 101$  (1.98373) setiap variabel sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan yaitu  $t_{hit} > t_{\alpha/2}$  ( $2.105 > 1.98373$ ) dan ( $\text{sig } \alpha = 0,038 < 0,050$ ), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pada Pada Bakso Mercon Bu “Yan”
2. Harga yaitu  $t_{hit} > t_{\alpha/2}$  ( $8.565 > 1.98373$ ) dan ( $\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$ ), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Pada Pada Bakso Mercon Bu “Yan”
3. Lokasi yaitu  $t_{hit} > t_{\alpha/2}$  ( $2.215 > 1.98373$ ) dan ( $\text{sig } \alpha = 0,029 < 0,050$ ), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Bakso Mercon Bu “Yan”

### Uji F (Simultan)

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh Kualitas Layanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) maka digunakan uji F. Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara  $F_{tabel} = f(k;n-k)$ ,  $F = (3;75-3)$ ,  $F_{tabel} = (3;72) = 2,73$ . sebagai berikut :

**Tabel 4.14**  
**Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1517,603	3	505,868	270,095	,000 <sup>b</sup>
	Residual	204,149	109	1,873		
	Total	1721,752	112			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumenn

b. Predictors: (Constant),, Kualitas Layanan , Harga Kualitas Layanan

Sumber: Output SPSS 24,0. 2021

Berdasarkan tabel uji hipotesis dengan uji F diatas diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 270.095 dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3.925 yaitu ( $270.095 > 3.936143$ ) dan ( $\text{sig } \alpha = 0.000 < 0,050$ ), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  diterima artinya secara simultan variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Lokasi ( $X_3$ )

berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Pada Bakso Mercon Bu 'Yan.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Kualitas Layanan(X1) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y)**

Hasil penelitian menunjukan bahwa faktor kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen bakso mercon bu'yan. Hal ini menunjukan bahwa bukti langsung, empati, kehandalan, daya tanggap dan jaminan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen bakso mercon bu'yan dan juga menunjukan kelas sosial dimasyarakat. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh bakso mercon bu'yan maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Hal ini dikarenakan kualitas layanan yang baik dan berkualitas sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen bakso mercon bu'yan, dan dikarenakan kualitas layanan yang diberikan baik sehingga setara dengan kualitas produk yang diberikan sehingga dapat dikatakan bahwa para konsumen tidak merasa dirugikan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Nurul Hidayah yang berjudul Pengaruh Harga, Fasilitas, Pelayanan, dan Lokasi Pada Rumah Makan Dikabupaten Bulukumba.

Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2012:681) Menyatakan bahwa kualitas layanan adalah "*Quality is the totally and characteristics of the product and service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*" maksud dari definisi tersebut adalah kualitas merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari suatu produk/jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

### **Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Hasil penelitian menunjukan bahwa faktor harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen bakso mercon bu'yan, hal ini menunjukan bahwa ketergantungan harga, kesesuaian dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat produk sangat berpengaruh dalam pembelian bakso mercon bu'yan. Semakin sesuai harga produk yang ditawarkan oleh bakso mercon bu'yan maka kepuasan konsumen pada bakso mercon bu'yan akan semakin meningkat. Hal ini dikarenakan kualitas dari bahan yang diproduksi oleh bakso mercon bu'yan dan berkualitas premium sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada bakso mercon bu'yan, dan dikarenakan harga yang diberikan relative tinggi tetapi setara dengan kualitas produk yang diberikan sehingga dapat dikatakan bahwa para konsumen tidak merasa dirugikan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Lina Sari Situmeang mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan.

Harga merupakan suatu bagian yang terpenting dari pembeli dan penjual. Pertukaran barang dan jasa hanya akan terjadi jika penjual dan pembeli telah menyepakati harga. Keputusan harga akan menentukan keberhasilan atau kegagalan bagi perusahaan. Harga juga sangat penting dalam mengatur perekonomian. Harga merupakan dasar terbentuknya keuntungan sehingga seluruh perusahaan berusaha memaksimalkannya dengan pertimbangan pasar. Permintaan pasar sebagian besar di pengaruhi oleh harga. Kondisi persaingan pasar sering kali menjadikan peritel mengharuskan menggunakan strategi harga rendah yang cukup efektif untuk laba jangka panjang. Dengan kondisi di atas, pelanggan di tuntut untuk lebih jeli dalam memperhitungkan harga sampai digit yang terkecil.

### **Pengaruh Lokasi (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fakto lokasi berpengaruh positif dan sigifikan terhadap kepuasan konsumen bakso mercon bu'yan, hal ini menunjukkan bahwa akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parker, ekspansi, lingkungan, peraingan, dan peraturan pemerintah sangat berpengaruh terhadap pembelian bakso mercon bu'yan. Jika lokasi semakin strategis dan mudah dijangkau maka kepuasan konsumen pada bakso mercon bu'yan akan semakin tinggi, terhadap lokasi bakso mercon bu'yan. Hal ini berarti bahwa bakso mercon bu'yan mampu meletakkan tempat yang strategis dan mudah untuk dijangkau maka para konsumen akan merasa aman dan nyaman daam membeli pada bakso mercon bu'yan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Armeliani Mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Dange Didesa Benteng Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep.

Menurut Kotler (2008;51) “ salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas”. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomi dan stabilitas, persaingan iklim politik, dan sebagainya. Suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transfortasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen. Sejalan dengan menjamurnya usaha yang menawarkan produk atau jasa yang sejenis, perbedaannya yang sangat tipis sekalipun pada lokasi dapat berdampak kuat pada pangsa pasar dan kemampuan subuah produk. Disamping itu, keputusan pemilihan lokasi juga mencerminkan komitmen jangka panjang perusahaan dalam hal keuangan, karena merubah lokasi yang buruk kadangkala sulit dilakukan dan sangat mahal. Menurut Nugroho dan paramita,(2009) Dalam ( Wibowo,2010;22).



## **Pengaruh Kualitas Layanan (X1), Harga (X2), dan Lokasi (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas layanan yang diberikan setara dengan kualitas produk sehingga dapat dikatakan para konsumen tidak merasa dirugikan. Adapun teori yang sejalan dengan penelitian ini adalah Kotler dan Armstrong (2012:681). Yang menyatakan bahwa *“Quality is the totally and characteristics of the product and service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs”* maksud dari definisi tersebut adalah kualitas merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari suatu produk/jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Dengan produk yang mudah dikenal dan berkualitas meskipun harga yang relative tinggi, hal ini dikarenakan kualitas dari bahan yang diberikan berkualitas premium dan bagus sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen, dan dikarenakan harga yang diberikan setara dengan kualitas produk yang diberikan sehingga dapat dikatakan bahwa para konsumen tidak dirugikan. Adapun teori yang mendukung penelitian ini adalah Kotler (2006:345) Harga adalah salah satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya yang melambangkan biaya. Harga juga merupakan satu dari elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel. Tidak seperti fitur produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah dengan cepat. Dalam hal ini strategi yang digunakan oleh bakso mercon bu'yan adalah strategi penetapan harga ganjil dan genap. Harga merupakan suatu masalah jika perusahaan akan menetapkan harga pertama kalinya, karena harga akan mempengaruhi pendapatan total dan biaya.

Bakso mercon bu'yan mampu meletakkan tempat usaha yang strategis dan mudah untuk dijangkau oleh pra konsumen, sehingga para konsumen merasa aman dan nyaman dan akan semakin banyak yang datang untuk membeli pada bakso mercon bu'yan. Adapun teori yang sesuai dengan penelitian ini adalah Kotler (2008:51) *“ salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas”*. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomi dan stabilitas, persaingan iklim politik, dan sebagainya.

Hal ini berarti variabel independen dan dependen memiliki hubungan yang kuat dan berpengaruh positif, faktor-faktor diatas tersebut merupakan penentu kepuasan konsumen bakso mercon bu'yan , dengan ini dapat kita simpulkan bahwa semua faktor-faktor yang terdiri kualitas layanan, harga, dan lokasi tersebut merupakan faktor yang perlu dipertimbangkan dan dianalisa sehingga semuanya dapat meningkatkan kepuasan konsumen bakso mercon bu'yan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh Kualitas Layanan (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>), dan Lokasi (X<sub>3</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pada Bakso Mercon Bu “Yan” , dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bakso Mercon Bu “Yan” , hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. artinya bahwa dengan adanya pengaruh dari bukti langsung, empati, kehandalan, daya tanggap, dan jaminan terhadap kepuasan konsumen, maka keinginan untuk membeli pada bakso mercon bu’yan akan semakin meningkat.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pada Bakso Mercon Bu “Yan” , hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. artinya bahwa dengan adanya pengaruh dari ketergantungan harga, kesesuaian dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat produk terhadap kepuasan konsumen, maka keinginan untuk membeli pada bakso mercon bu’yan akan semakin meningkat.
3. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bakso Mercon Bu “Yan” , hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. artinya bahwa dengan adanya pengaruh dari akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parker, ekspansi, lingkungan, persaingan, dan peraturan pemerintah terhadap kepuasan konsumen maka keinginan untuk membeli pada bakso mercon bu’yan akan semakin meningkat.
4. Kualitas Layanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Kualitas Layanan ( $X_3$ ) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). artinya secara bersamaan variabel Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bakso mercon bu’yan.
5. Berdasarkan uji koefisien korelasi didapat nilai  $R = 0,939$  dan koefisien determinasi  $R^2 = 0,881$  nilai mempunyai makna bahwa Kualitas Layanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Lokasi ( $X_3$ ) memberikan kontribusi yang signifikan pengaruh sebesar 0,881 atau 88.1% terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Bakso Mercon Bu “Yan” sedangkan sisanya sebesar 0.119 atau 11.9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Samsul Huda & Ida Farida, (2014), “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap kepuasan Konsumen Toko Toko Joko Elektronik di Pati* ”.
- Amir, M.Taufik. (2005). *Dinamika Pemasaran Jelajahidhan Rasakan*. Edisi Pertama. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Arbiantoro Tri. (2018). “ *Analisis Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan* ” (Studi Kasus di Bakso Gibrass) *Jl. Kutisari II No. 45 Surabaya*. Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945.
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.

- Chourmain Imam, 2008. *Acuan Normatif Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta: Al-Haramain Publishing House. Hal:36.
- Cooper Donald R dan C. William Emory. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- Drummond & Brefere LM. (2010). *Nutrition for Food Service and Culinary Professional's*. New Jersey: John Willey & Sons. Inc.
- Fandi Tjiptono. (2005). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Felita Sasongkoda Hartono Subagio (2013). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol.1, No.2.
- Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang:
- Grace Marleen Wariki, Lisbeth Mananeke & Hendra Tawas, (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 Juni 2015, Hal. 10073-1085. ISSN : 2303-1174*.
- Idris Ansyari, Kususi Firmansyah dan Iranita (2019). "Pengaruh Lokasi, Cita Rasa, Harga, Perceived Value dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan". *Jurnal Program Studi Manajemen: Universitas Maritim Raja Ali Aji*.
- Indrasari Nopika. (2007). *Pengaruh Cita Rasa, Nilai Gizi dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Yes Delivery di Plosokandang Tulungagung*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI.
- Iqbal Krisdayanto, Andi Tri Haryono, SE., MM. & Edward Gagah PT, SE., MM, (2018), "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Lina Putra Net Bandungan".
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Penerbit Salemba Empat : Jakarta.
- Maria Kritiana & Muhammad Edwar. (2017), "Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Café Herlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya". *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. ISSN : 2337-6708 Volume 01 Nomor 01 Tahun 2017.
- Mochammad Toriq & Soebari Martoatmodjo, (2014) "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU Pertamina 54.612.64 Di Sidoarjo". *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen. Vol. 3 No 8*.
- Munandar, J. A., & Onsardi, O. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Kcp Tanjung Sakti. (*Jems*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 43-52.
- Onsardi, O., Wulandari, K., Fintariasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.

- Primiana&Ina (2009).*Menggerakkan Sektor Riil UKM & Industri*.Bandung.: Alfabeta.
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib*) *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Toyib, R., Onsardi, O., & Muntahanah, M. (2020). Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhana di Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(1).