

PENGARUH *SERVIS QUALITY* DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN PONDOK MAKAN MW KECAMATAN TUGUMULYO LUBUK LINGGAU

Bayu Nugroho⁽¹⁾ Islamuddin⁽²⁾
⁽¹⁾⁽²⁾Universitas Muhammadiyah Bengkulu
nugrohbayu@gmail.com

ABSTRACT

The research was conducted at MW Restaurant in Tugu Mulyo Subdistrict, Lubuk Linggau, with the research problem formulation: How is the Influence of Services Quality and Location on Customer Satisfaction at MW Restaurant in Tugu Mulyo Subdistrict, Lubuk Linggau? The population used in this study was all customers at respondents. The sampling techniques used total sampling based on predetermined criteria, with a total of 150 respondents. Data collection techniques included observation, documentation and questionnaires. The data, once processed, were analyzed using SPSS 24 formulas. Based on the results of the research conducted on the Influence of Services Quality has a significant effect on Customer Satisfaction at MW Restaurant in Tugu Mulyo Subdistrict, Lubuk Linggau. This is evidenced by the t – test results showing values $> (6.388 > 1.989)$ and $(sig = 0,000 < 0,050)$. This means it is rejected and accepted. Location also has a significant effect on Customer Satisfaction at MW Restaurant in Tugu Mulyo Subdistrict, Lubuk Linggau. This is evidenced by the t – test results showing values $> (2.806 > 1.989)$ and $(sig = 0,006 < 0.050)$. This means it is rejected and accepted. Services Quality 0 and Location 0 together have a significant effect on Customer Satisfaction (Y) at MW Restaurant in Tugu Mulyo Subdistrict, Lubuk Linggau. This is evinced by the F – test showing values $> (28.753 > 3.950)$ and $(sig = 0,000 < 0.050)$. this mean it is rejected and accepted. Based on the correlation coefficient test, the obtained value of $R = 0.641$ and the determination coefficient = 0.411 have meaning that Service Quality (X1) and Location (X2) contribute an Influence of 0.411 or 47.6% on Customer Satisfaction (Y) at MW Restaurant in Tugu Mulyo Subdistrict, Lubuk Linggau, while the remaining -.589 or 58.9% is influenced by other variables not influenced in this study

Keywords: Quality Service, Location, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Usaha kuliner di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Pertumbuhan inilah yang menyebabkan persaingan dalam usaha kuliner menjadi sangat ketat. Pertumbuhan yang terjadi diikuti dengan meningkatnya daya beli masyarakat. Hal inilah yang mendorong pelaku bisnis untuk bisa lebih proaktif dan berinovasi dalam menawarkan produk maupun pelayanan yang prima untuk mendapatkan keunggulan bersaing untuk memenangkan pangsa pasar.

Pesatnya perkembangan kuliner modern ini, berdasarkan pada keinginan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Perkembangan bisnis kuliner juga disebabkan oleh semakin banyaknya konsumen yang ingin berbelanja dengan mudah dan nyaman. Bisnis kuliner merupakan semua kegiatan penjualan barang dan jasa secara langsung pada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan rumah tangga, bukan untuk keperluan bisnis (Tjiptono, 2016:258).

Bisnis kuliner di Indonesia cukup menarik bagi pendatang baru dimana pasar yang ada saat ini cukup potensial melihat peningkatan perekonomian dan peningkatan jumlah penduduk Negara. Pesatnya perkembangan yang terjadi mengakibatkan adanya persaingan diantara pengusaha kuliner. Salah satu bentuk dari usaha kuliner minimarket. Menurut Ma`aruf (2015:84) minimarket adalah gerai kuliner dengan konsep modern yang menjual kebutuhan sehari-hari yang lokasinya berada di sekitar wilayah pemukiman penduduk sehingga mudah dijangkau dan dapat menyaingi gerai-gerai atau warung-warung kuliner yang lain dalam menawarkan variasi produk olahan yang semakin variatif.

Rumah makan podokan MW terletak di Kecamatan Tugu Mulyo Kota Lubuk Linggau yang merupakan rumah makan yang menyajikan makanan siap saji dan memiliki penorama alam yang menarik dikelilingi perkebunan dan persawahan masyarakat, sehingga membuat para pelanggan/konsumen tertarik untuk makan dan juga memiliki variasi menuh yang menarik dan enak. Hal ini dikarenakan Rumah makan MW memiliki ciri khas tersendiri deri menuh yang ditawarkan, segar dan terasa enak.

Menurut Fandy Tjiptono (2014) kata “kepuasan atau *satisfaction*: berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup banyak, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat) secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai..

Menurut Tjiptono, (2019) Kualitas layanan merupakan kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki produk berkualitas baik dan layanan prima. Perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) yang menyatakan bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

Dari observasi awal yang dilakukan pada hari sabtu 28 Oktober 2023 dengan beberapa konsumen (Bapak Sugianto, bapak imam dan ibu Sulastri) yang datang ke rumah makan Pondok Makan MW di Desa Tugu Mulyo Kota Lubuk Linggau, menyatakan bahwa rumah makan MW dalam pemesanan makanan terkadang terasa lama, dan lokasi rumah makan di luar Kota Lubuk Linggau. Sehingga masih banyaknya konsumen yang belum mengetahui akan keberadaan rumah makan Pondok MW ini.

Dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “Pengaruh *Services quality* dan *Lokasi* terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan MW Kecamatan Tugu Mulyo Lubuk Linggau”.

METODE

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah yang terdiri atas objek-objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh konsumen yang berjumlah 150 orang responden.

Menurut Sugiono (2011) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Mengingat jumlah dalam penelitian ini sedikit maka penelitian ini menggunakan teknik *total sampling*, yaitu seluruh anggota populasi langsung dijadikan sasaran dan objek penelitian. Dengan demikian jumlah sampel adalah seluruh Konsumen pada Pondok Makan MW yang terletak pada Kec. Tugu Mulyo Lubuk Linggau yaitu sebanyak 150 orang yang merupakan pelanggan tetap.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2010) Alat untuk memperoleh keterangan dari objek, adalah sebagai berikut:

1. Observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap obyek penelitian yaitu Pada Pondok Makan MW yang terletak pada Kec. Tugu Mulyo Lubuk Linggau.
2. Dokumentasi, merupakan metode pengumpulan data yang berupa literatur atau sumber-sumber tertulis lainnya yang ada hubungan dengan penelitian.
3. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala likert sebagai alat untuk mengukursikap, pendapat, dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang variabel-variabel yang akandi uji, dan pada setiap jawaban akan diberi skor. (Sugiyono,2011:86). Skor yang akan diberi untuk setiap variabel sebagai berikut:

Tabel 1
Instrumen SkalaLikert

No	Pernyataan	Skor
1	SangatSetuju(SS)	5
2	Setuju(S)	4
3	Ragu-Ragu(RR)	3
4	TidakSetuju(TS)	2
5	SangatTidakSetuju(STS)	1

Sumber :Sugiyono (2011).

Uji Instrumen

Pengujian instrumen penelitiannya itu menguji validasi dan reliabilitas instrument.Penggunaan metode pengumpulan data dengan kuisisioner pada Harapan Makmur Bengkulu Tengah yang berjumlah 20 responden.Tujuan pengujian responden instrumen untuk mendapatkan kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini. Instrumen yang valid dan reliable merupakan syarat mutlak mendapatlan hasil penelitian yang diharapkan.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengujitingkat kesahihan butir pertanyaan masing-masing variabel. Menurut Sugiyono (2011:455) uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat ke validtan dan atau keaslian suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data

darivariabel yang diteliti secara tepat. Alat untuk mengukur validitas dalam penelitian ini adalah Korelasi *Product Moment* dari *Pearson* (Arikunto,2006:170). Uji validitas instrumen dianggap valid adalah nilai koefisien korelasi $r = 0,444$ atau lebih besar, semakin tinggi nilai r semakin valid instrumen yang diukur (Sugiyono,2012:172). Adapun rumus uji validitas sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N (\sum XY) - (\sum X) - (\sum Y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y^2)]}}$$

(Riduwan, 2010:110)

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan
- $\sum X$ = Jumlah skor item
- $\sum Y$ = Jumlah skor total (seluruh item)
- N = Banyaknya data

Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel, “Ghozali (2011)”. Instrumen dikatakan reliabel apabila instrumenter sebut mampu mengungkapkan data yang bias dipercaya dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Reliabilitas suatu pertanyaan menunjukkan bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik ” (Arikunto,2012). Perhitungan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan analisis yang dikembangkan oleh *Alfa Cronbach*. Menurut Lupiyoadi, (2013) statistik ini berguna untuk mengetahui apakah pengukuran yang akan kita buat andal, dimana biasanya reliabilitas suatu instrumen dapat diterima jika memiliki *Alfa Cronbach* minimal 0,60. Pada uji reliabel jika *alpha* hitung lebih besar dari 0,50 dimana kriteria sebagai berikut :

Hasil $\alpha \geq 0,60$ = reliabel

Hasil $\alpha < 0,60$ = tidak reliabel

Menurut Arikunto (2012:180) rumus yang digunakan untuk uji reliabilitas ini menggunakan rumus *Alfa Cronbach* (karena datanya bertingkat), sebagai berikut :

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{(k-1)} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \delta_b^2}{\delta_t^2} \right\}$$

Keterangan :

- r_{11} : reliabilitas instrument
- k : banyaknyabutir pertanyaan
- $\sum \delta_b^2$: jumlahvarian butir
- δ_t^2 : jumlahvarian total

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan syarat dalam analisis parametrik dimana distribusi data harus normal (Priyatno,2013). Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali,2011). Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas data penelitian ini menggunakan statistik. Analisis statistik dilakukan dengan uji *Kolmogrov-Smirnov*. Pengujian menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* untuk mengetahui apakah distribusi data pada tiap-tiap variabel normal atau tidak. Jika nilai signifikan pada uji *Kolmogrov-Smirnov* lebih besar dari 0,5 maka *residual* berdistribusi normal. Sebaliknya bila nilai signifikan pada uji *Kolmogrov-Smirnov* lebih kecil dari 0,05 maka *residual* tidak berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari *residual* pada model regresi (Priyatno,2013). Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu *residual* pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011). Jika varian dari pengamatan satu ke pengamatan lain tetap, maka ini disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Metode yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas adalah uji *Glejser*. Jika nilai *sig.* pada uji *Glejser* untuk setiap variabel bebas lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut varians *residual* yang sama (homoskedastisitas). Jika nilai *sig.* pada uji *Glejser* untuk setiap variabel bebas lebih kecil dari 0,005 maka terjadi heteroskedastisitas atau disebut varians *residual* tidak sama.

Cara lain untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali,2005:10).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau tidak mendekati sempurna (Priyatno,2013). Menurut Ghozali (2011) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen/bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi antar variabel bebas. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF kurang dari 10, maka gejala multikolinearitas tidak terjadi. Jika nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinearitas

Teknik Analisis Data

Analisis Kuantitatif

Menurut (Ghozali, 2016) penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat dan hubungan antar fenomena yang sedang diteliti. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan berdasarkan variabel penelitian pengamatan serta persepsi responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini digunakan rata-rata (mean).

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengadakan prediksi ini lain dari variabel dependen yaitu Kepuasan konsumen (Y) dengan ikut memperhitungkan nilai-nilai variabel dependen yang terdapat *Services Quality* (X_1) dan Lokasi (X_2), sehingga dapat mengetahui Kepuasan konsumen (Y) pada Pondok Makan MW yang terletak pada Kec. Tugu Mulyo Lubuk Linggau.

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 24.00 *For Windows*. Model persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + e$$

(Sugiono, 2010 : 155)

Dimana :

- Y = Kepuasan konsumen
- e = Standar Error
- a = Konstanta
- X_1 = *Services Quality*
- X_2 = Lokasi
- B = Koefisien regresi

HASIL PENELITIAN

Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Services Quality* (X_1)

Pada variabel *Services Quality* penilaian dilakukan dengan tujuh Indikator, Adapun tanggapan responden terhadap variabel *Services Quality* memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu 4.06 dan indikator informasi pasar memiliki rata-rata terendah yaitu 4.05. Variabel *Services Quality* menghasilkan nilai rata-rata terendah adalah 3.81, (Setiap usaha memiliki cara sendiri dalam melayani pelanggan sehingga Privasi pelanggan dan usaha selalu dijaga). Dari hasil kuesioner penelitian *Services Quality* adalah ada beberapa konsumen yang kurang memahami akan suatu tindakan atau sikap yang diambil dalam penelitian sehingga rendahnya hasil penelitian dikarenakan produk yang dihasilkan oleh konsumen walaupun diinformasikan tapi masih banyaknya kekurangan dipahami konsumen. Untuk itu maka pihak produsen harus lebih meningkatkan lagi kualitas dan kuantitas layanan yang diberikan kepada konsumen hal ini untuk meningkatkan kualitas layanan yang tepat waktu agar konsumen yang datang dengan pola langsung pesan dengan daya tunggu tidak lama, hal ini akan memberikan suatu kenyamanan konsumen dalam berbelanja/memesan makanan di Rumah makan pondok MW Kecamatan Tugu Mulyo Lubuk Linggau.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi (X₂)

Pada variabel *Lokasi* penilaian dilakukan dengan lima Indikator, Adapun tanggapan responden terhadap variabel *Lokasi* adalah dilakukan secara langsung kepada konsumen sehingga konsumen benar-benar mengetahui pelayanan yang lebih baik) dengan rata-rata tertinggi yaitu 4.05 dan indikator *Lokasi* memiliki rata-rata terendah yaitu 3,74. (Untuk menuju k rumah makan MW memilki akses yang lancar dan dilayani setiap waktu) dari hasil penelitian dapat menuju rumah makan konsumen terkadang masih banyak yang kurang hapal hal ini dikarenakan terletak Rumah makan MW yang terdapat di daerah luar kota Lubuk Linggau dan konsumen yang datang hanya yang memang pingin makan dan pada waktu hari libur yang rame serta konsumen harus diberikan peta lokasi atau petunjuk arah agar konsumen dapat dengan mudah mengakses lokasi rumah Makan MW Kecamatan Tugu Mulyo Lubuk Linggau. Variabel *Lokasi* menghasilkan nilai rata-rata sebesar 3.87. Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel *Lokasi* adalah pada kategori baik.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Pada variabel Kepuasan Konsumen penilaian dilakukan dengan tujuh Indikator. Adapun tanggapan responden terhadap variabel Kepuasan Konsumen adalah memiliki rata-rata tertinggi yaitu 4,00 dan memiliki rata-rata terendah yaitu 3.80. (Pelayanan yang diberikan kepada konsumen selalu memiliki kualitas layanan yang baik), dari hasil penelitian yang dilakukan konsumen masih merasa belum yakin yang besar pelayanan yang maksimal terhadap kepuasan konsumen tersebut, untuk itu maka pihak produsen harus bisa membaca dan lebih memperkenalkan produk serta selera konsumen pada saat ini. Dengan variabel Kepuasan Konsumen menghasilkan nilai rata-rata sebesar 3.84. Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel Kepuasan Konsumen adalah pada kategori baik.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang akan dibahas dalam penelitian ini sehingga penulis bisa menggambarkan mengenai tanggapan responden (*Services Quality* dan *Lokasi*) terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah makan MW Kecamatan Tugu Mulyo Lubuk Linggau. Berdasarkan estemasi regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS Versi 26,0 For Windows, maka diperoleh tabel dibawah ini :

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,824	1,866		,977	,331
	<i>Services Quality</i>	,606	,095	,551	6,388	,000
	<i>Lokasi</i>	,337	,120	,242	2,806	,006

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS 24,0

Dari perhitungan hasil diatas didapatkan persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 1.824 + 0,606 (X_1) + 0.337 (X_2)$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta 1.824 mempunyai arti bahwa apabila variabel *Services Quality* (X_1), *Lokasi* (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sama dengan nol, maka variabel Kepuasan Konsumen akan tetap yaitu 1.824 apabila variabel *Services Quality*(X_1) dan *Lokasi* (X_2) sama dengan nol.
2. Koefisien Regresi X_1 , sebesar 0,606 mempunyai makna jika nilai variabel *Services Quality*(X_1) naik satu satuan maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) akan naik sebesar 0,606 dengan asumsi variabel *Lokasi*(X_2) dianggap tetap.
3. Koefisien Regresi X_2 , sebesar 0.337 mempunyai makna jika nilai variabel *Lokasi*(X_2) naik satu satuan maka nilai variabel Kepuasan Konsumen (Y) akan naik sebesar 0.337 dengan asumsi variabel *Services Quality*(X_1) dianggap tetap.
4. Hasil penelitian dalam penelitian yang paling dominan mempengaruhi variable Kepuasan Konsumen (Y) adalah *Services Quality*(X_1) adalah sebesar 0,606 dan Variabel *Lokasi* (X_2) adalah sebesar 0.337.

Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi

Tabel 3
Nilai Koefisien Korelasi Hasil Penelitian

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,641 ^a	,411	,396	1,68011
a. Predictors: (Constant), <i>Lokasi</i> , <i>Services Quality</i>				

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS 24,0 (lampiran 5)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi (R) = 0.690 yang berarti ada hubungan antara variabel independent terhadap variabel dependent. Besar koefisien korelasi 0.641 atau 64.1% yang berarti korelasi hubungan antara variabel independent (*Services Quality* dan *Lokasi*) dengan variabel dependent Kepuasan Konsumen adalah termasuk tinggi.

Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besarnya presentase sumbangan pengaruh variabel bebas *Services Quality* (X_1) dan *Lokasi* (X_2) terhadap variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y) maka dari perhitungan komputer menggunakan SPSS 24,0 didapatkan uji koefisien determinasi dapat dilihat pada table sebagai berikut:

Tabel 4
Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,641 ^a	,411	,396	1,68011
a. Predictors: (Constant), <i>Lokasi</i> , <i>Services Quality</i>				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				

Sumber: Output SPSS 24,0 (lampiran 5)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai koefisien determinasi Adjusted (R^2) diperoleh nilai sebesar 0.411 (Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, 2016:51). Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel *Services Quality* dan *Lokasi* terhadap variabel Kepuasan Konsumen memberikan sumbangan sebesar 0.411 atau 41.1% terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah makan MW Kecamatan Tugu Mulyo Lubuk Linggau sedangkan sisanya sebesar 0.589 atau 58.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

Pengujian Hipotesis Dengan Uji t

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji t dapat dilihat pada table sebagai berikut :

Tabel 5
Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,824	1,866		,977	,331
	<i>Services Quality</i>	,606	,095	,551	6,388	,000
	<i>Lokasi</i>	,337	,120	,242	2,806	,006

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS 24.0 (lampiran 5)

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara t_{hit} dengan t_{tabel} ($n-k-1 = 150-2-1 = 147$) (1.989) setiap variabel sebagai berikut :

1. *Services Quality* itu $t_{hit} > t_{tabel}$ ($6.388 > 1.989$) dan ($sig \alpha = 0,000 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan *Services Quality* (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah makan MW Kecamatan Tugu Mulyo Lubuk Linggau.
2. Berdasarkan uji t_{hit} untuk variabel *Lokasi* (X_2) yaitu $t_{hit} > t_{tabel}$ ($2.806 > 1.989$) dan ($sig \alpha = 0,006 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan *Lokasi* terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah makan MW Kecamatan Tugu Mulyo Lubuk Linggau.
3. Dari hasil penelitian variable yang dominan adalah Variabel *Services Quality* (X_1) sebesar 6.388 dan variable *Lokasi* (X_2) sebesar 2.806.

Pengujian Hipotesis Dengan Uji F

Untuk menguji pengaruhh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji F sebagai berikut :

Tabel 6
Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	161,310	2	80,655	28,573	,000 ^b
	Residual	231,466	82	2,823		
	Total	392,776	84			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), *Lokasi*, *Services Quality*

Sumber: Output SPSS 24,0

Berdasarkan tabel uji hipotesis dengan uji F diatas diperoleh F_{hitung} sebesar 66.740 dengan nilai F_{tabel} sebesar 3.950 yaitu ($28.573 > 3.950$) dan ($sig \alpha = 0.000 < 0,050$), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima artinya secara simultan variabel *Services Quality* dan *Lokasi* berpengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah makan MW Kecamatan Tugu Mulyo Lubuk Linggau.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data mentah yang dilakukan pada Rumah makan MW Kecamatan Tugu Mulyo Lubuk Linggau melalui penyebaran kuesoner terhadap 150 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh *Services Quality* dan *Lokasi* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah makan MW Kecamatan Tugu Mulyo Lubuk Linggau.

Pengaruh *Services Quality* (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Services Quality memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini terlihat pada uji t yang menyatakan memiliki nilai $t_{hit} > t_{tabel}$ ($6.388 > 1.989$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$), maka H_2 dalam penelitian ini dapat diterima.

Dalam hal ini maka pihak rumah makan Podok MW Kecamatan Tugu Mulyo Lubuk Linggau, akan terus berusaha dalam meningkatkan kualitas layanan terutama pada konsumen atau pelanggan yang berkunjung guna memberikan pelayanan, waktu pemesanan yang cepat, tepat, rasa masakan yang mengundang selera, serta lokasi yang memberikan pengalaman bagus bagi konsumen untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Menurut Fadila Ulfa (2021) mendefinisikan *Services Quality* yang baik dapat menjadi tolak ukur perusahaan dalam menciptakan Kepuasan Konsumen yang maksimal, serta dalam penelitian terdahulu menyatakan bahwa *Services Quality* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan penelitian sebelumnya Malik Ibrahim dan sitti Marijan Trawih (2019), Esra Yuningsih L, Purba, (2024). Menyatakan bahwa *services quality* memiliki pengaruh yang signifikan.

Pengaruh *Lokasi* (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Lokasi memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini terlihat pada uji t yang menyatakan memiliki nilai $t_{hit} > t_{tabel}$ ($2.806 > 1.989$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,006 < 0,050$), lokasi sangat penting bagi konsumen terutama penunjuk arah lokasi guna memperlancar konsumen untuk mencapai lokasi serta lebih jelas dan tepat, disamping memberikan arah lokasi juga pemandangan yang asri jalan baik, serta lingkungan rumah makan podok MW yang bersih dan sejuk guna memanjakan konsumen/pelanggan yang datang. Dalam hal ini ari penelitian yang dilakukan dalam penelitian terdahulu menyatakan bahwa *Lokasi* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan jhon Budiman (2021), Titik Effrinita (2017), Jefri (2014) yang menyatakan bahwa *Lokasi* konsumen berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh *Services Quality* dan *Lokasi* Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah makan MW Kecamatan Tugu Mulyo Lubuk Linggau, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Services Quality* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah makan MW Kecamatan Tugu Mulyo Lubuk Linggau, hal ini dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan nilai $t_{hit} > t_{tabel}$ ($6.388 > 1.989$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$). Ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. *Lokasi* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah makan MW Kecamatan Tugu Mulyo Lubuk Linggau, hal ini dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan nilai $t_{hit} > t_{tabel}$ ($2.806 > 1.989$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,006 < 0,050$). Ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. *Services Quality* (X_1) dan *Lokasi* (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Rumah makan MW Kecamatan Tugu Mulyo Lubuk Linggau, hal ini dibuktikan dengan uji F menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu ($28.753 > 3.950$) dan ($\text{sig } \alpha = 0.000 < 0,050$). Ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Berdasarkan uji koefisien korelasi didapat nilai $R = 0.641$ dan koefisien determinasi $R^2 = 0,411$ nilai mempunyai makna bahwa *Services Quality* (X_1) dan *Lokasi* (X_2) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 0,411 atau 47,6% terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pada

Rumah makan MW Kecamatan Tugu Mulyo Lubuk Linggau sedangkan sisanya sebesar 0.589 atau 58.9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman, Zeithaml, V. A. (2011). *A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implication Fot Future Research Journal of Marketing*, Volume 49.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Danang, Sunyoto. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru
- Donni Priansa. 2017. *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 141
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2014. *Principles of Marketing 12th Edition*. Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- 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.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1(2), 83–88.
- Nasution, S. (2017) 'Variabel penelitian', Raudhah.
- Onsardi, O., Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10-19.
- Onsardi, O., Muntahanah, M., & Toyib, R. (2020). Penerapan Algoritma Binary Search Dalam Pencarian Data Potensi Investasi Di Kabupaten Seluma Dengan Smartphone. *Jsai (Journal Scientific And Applied Informatics)*, 3(3), 129-136.
- Onsardi, O., Wulandari, K., Finthariasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.
- Rafsandjani dan Rieza Firdian, *Pengantar Bisnis Bagi Pemula*, (Malang: CV Kautsar Abadi, 2017), 36.
- Rahmawati, R., & Onsardi, O. (2022). Korelasi Mutu Pelayanan Dengan Impulse Buying Konsumen UD. Mantan Karyawan Kota Bengkulu. In *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate* (Vol. 1, No. 1, Pp. 23-29).
- Rondonuwu, Priscilia D. 2013. Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA vol.1 no.4* Desember 2013
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.

- Sapitri, L., & Onsardi, O. (2021). The Effect of Brand Image and Product Quality toward Wardah Cosmetics Consumers' Loyalty as A Study on Students Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review*, 1(2), 139-146.
- Setyo, Purnomo Edwin, 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, No. 6, hal. 755-764.
- Shinta, a. (2016). MANAJEMEN PEMASARAN. malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- 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).
- Sudaryono. (2016). Universitas Brawijaya Press (UB Press). yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta