

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada Resto Agam Kota Metro**

Nani Septiana¹, Suwanto², Juli Adi Fajri³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Muhammadiyah Metro

Email : juliadifajri@gmail.com¹

Abstrak

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada resto Agam Kota Metro. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa kuesioner dan observasi. Analisa data dilakukan yaitu dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Layanan dan Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Konsumen

Abstract

This research aims to determine the effect of service quality and location on consumer satisfaction at the Agam restaurant in Metro City. The type of research used is quantitative research. The instruments used in this research were questionnaires and observations. Data analysis was carried out using multiple linear regression. The research results show that Service Quality has a positive and significant influence on consumer satisfaction. Location has a positive and significant influence on purchasing decisions. Service Quality and Location have a positive and significant influence together on consumer satisfaction

Keywords : *Service Quality, Location, Customer Satisfaction*

I. Pendahuluan

Pada era sekarang ini usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis dalam bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan makin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu mengambil keputusan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan agar dapat berkembang dengan baik. Perusahaan harus mampu mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen untuk menciptakan kepuasan konsumen dan bertahan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya.

Pelayanan adalah salah satu aktivitas atau strategi yang harus dilakukan perusahaan untuk memperoleh posisi bersaing dengan perusahaan lain. Kualitas yang bagus dapat dilihat dari persepsi konsumen bukan persepsi perusahaan. Oleh karena itu persepsi konsumen sangat penting terhadap penilaian atau pelayanan terhadap keunggulan suatu perusahaan baik itu perusahaan jasa maupun perusahaan barang. Setiap perusahaan memiliki cara yang berbeda antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain. (sunarti 2017;2)

Dilihat dari sudut pandang perusahaan di perlukan suatu strategi agar dapat bersaing dengan perusahaan lain atau pasar. Oleh karena itu di butuhkan analisis pasar atau mencari kebutuhan pasar agar konsumen puas. Untuk mengetahui keberhasilan suatu perusahaan dapat kita lihat dari kepuasan suatu konsumen, Karena konsumen yang menjadi faktor utama

keberhasilan suatu perusahaan. Agar perusahaan dapat bergerak maju maka harus dilakukan peningkatan pelayanan pada kepuasan konsumen. Di era globalisasi ini banyak sekali persaingan yang terjadi di dalam dunia bisnis. Para pengusaha harus memikirkan atau harus lebih kreatif untuk perkembangan usaha yang dilakukan untuk mencari konsumen. Persaingan antar produk kini semakin meningkat sehingga perusahaah harus menjaga kenyamanan atau kepuasan konsumen, Kualitas Pelayanan merupakan hal penting untuk mempertahankan suatu konsumen. (Agus Riyanto, 2015:1)

Kepuasan konsumen bergantung dengan bagaimana pelayanan yang diberikan. Pelayanan adalah tindakan seseorang maupun organisasi dalam memberikan kepuasan pada konsumen, sesama karyawan, dan juga pimpinan (Kasmir, 2017:47). Kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan demi memenuhi kebutuhan orang lain (Endar Sugiarto,2023:36). Kualitas pelayanan adalah salah satu usaha yang bertujuan agar tercapainya kenyamanan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli. Hal ini juga mempengaruhi keputusan konsumen untuk kembali melakukan transaksi jual beli atau tidak. Kualitas pelayanan yang baik membuat konsumen merasa puas dan enggan untuk berpindah tempat.

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan dalam berbisnis. Semakin ketatnya persaingan dalam bisnis kuliner menuntut para pengusaha untuk memberikan pelayanan terbaik agar membawa kesan yang baik bagi konsumen. Tercapainya kepuasan konsumen bisa membawa dampak positif dan menambah konsumen baru. Apabila konsumen merasa puas, maka mereka akan melakukan pembelian yang berulang. Konsumen yang merasa puas akan merekomendasikan tempat kuliner kepada saudara, teman, dan kerabat

Berdasarkan observasi awal kepada konsumen restoran Agam Kota Metro beberapa konsumen mengeluhkan kualitas pelayan yang dapat dikatakan masih kurang baik, diantaranya karyawan yang kurang ramah, antrian yang seringkali menumpuk, dan tempat yang kurang nyaman untuk membawa anak kecil. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen belum sesuai dengan SOP pelayanan yang ada. Dengan adanya hal ini menjadi perhatian pihak resto untuk memperbaiki kualitas pelayanannya. Sadar akan peran penting konsumen dan pengaruh konsumen terhadap keuntungan untuk bisnis ini, maka pihak resto berupaya untuk mencari apa yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan kualitas pelayanan Yang kurang, masih banyak pula konsumen yang tetap datang kembali ke resto ini. Ini dikarenakan harga yang ditawarkan cukup terjangkau dan sesuai dengan porsi yang di dapatkan. Pihak resto *Agam Kota Metro* dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan agar jumlah konsumen meningkat. Berikut data pengunjung resto *Agam Kota Metro* pada tahun 2023.

Tabel 1. Data Pengunjung Resto Agam Kota Metro Tahun 2023

| No. | Bulan | Jumlah Kunjungan |
|-----|----------|------------------|
| 1. | Januari | 649 Orang |
| 2. | Februari | 457 Orang |
| 3. | Maret | 907 Orang |
| 4. | April | 513 Orang |
| 5. | Mei | 725 Orang |
| 6. | Juni | 654 Orang |
| 7. | Juli | 817 Orang |

Sumber Resto Agam Kota Metro,2023

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa terjadi fluktuasi jumlah kunjungan di resto *Agam Kota Metro* pada bulan Januari hingga Juli 2023. Kepuasan konsumen menjadi faktor utama untuk mempertahankan serta meningkatkan jumlah kunjungan dalam bisnis kuliner.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil **Judul** “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Agam Kota Metro”.

II. Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan oleh penulis adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian survei. Metode penelitian ini adalah salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya ialah sistematis, terstruktur dan terencana dengan jelas sejak awal hingga pada pembuatan desain untuk penelitiannya. Sugiyono (2017:8) mengemukakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data yang menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk mengaju pada hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan metode survei, dimana peneliti mendapatkan informasi dari responden dengan menggunakan kuesioner

III. Hasil dan Pembahasan

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen (Ghozali,2016).

Tabel 2. Analisis Regresi Berganda

| Coefficients ^a | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 7.267 | 21,617 | | ,653 | ,534 |
| Kualitas Layanan (X1) | .181 | ,586 | ,783 | 2,244 | ,009 |
| Lokasi (X2) | .065 | ,583 | ,120 | 2,382 | ,004 |

Sumber : Data primer diolah 2023

Berdasarkan hasil regresi pada tabel di bawah, maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = 7,267 + 0,181X_1 + 0,065X_2$$

Interpretasinya :

- Nilai konstanta bernilai 7,267. Nilai tersebut menyatakan bahwa apabila variabel independen (Kualitas Layanan , Lokasi) dianggap konstan, maka Kepuasan konsumen adalah sebesar 7,267.
- Koefisien regresi variabel Kualitas Layanan bernilai positif sebesar 0,181. Jika di naikan sebesar satu persen maka nilai koefisien regresi variabel Kualitas Layanan sebesar 0,181. Dengan catatan keberadaan variabel tersebut konstan (stabil).
- Koefisien regresi variabel Lokasi bernilai positif sebesar 0,065. Jika di naikan sebesar satu persen maka nilai koefisien regresi variabel Lokasi sebesar 0,065. Dengan catatan keberadaan variabel tersebut konstan (stabil).

Berdasarkan hasil perhitungan secara keseluruhan, maka dapat dimaknai dan dibahas sehingga memberikan informasi secara objektif. Dari melakukan uji analisis regresi berganda bahwa semua variabel independen terhadap variabel dependen memberikan kontribusi positif sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, tanggapan, jaminan dan empati yang sangat baik, maka akan meningkatkan rasa kepuasan konsumen yang tinggi dan akan meningkat pula jumlah konsumen pada Restoran. Faktor kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu bukti fisik dan jaminan oleh karena itu Restoran harus dapat mempertahankan dan meningkatkan faktor tersebut, dan yang kurang mempengaruhi adalah faktor tanggapan oleh karena itu harus diperbaiki.

2. Pengaruh Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Lokasi Pada Restoran memiliki Tempat yang strategis, mudah dijangkau serta efisien. Hal ini bertujuan untuk menarik konsumen serta dapat mencapai target sasaran yang dituju. Tempat merupakan salah satu faktor yang cukup menentukan kepuasan konsumen, seorang konsumen akan lebih memilih lokasi yang mudah dan cukup dekat sehingga mudah mengakses transportasi. Karenanya lokasi atau tempat pelayanan yang akan ditetapkan itu harus memberikan strategi baik dalam perspektif lingkungan, komunikasi maupun keamanan. Tempat menjadi salah satu komponen dalam *marketing mix* yang sangat berpengaruh dalam suatu bisnis. Seorang pebisnis harus memilih tempat yang strategis, mudah dijangkau serta efisien. Hal ini bertujuan untuk menarik konsumen serta dapat mencapai target sasaran yang dituju oleh bisnis tersebut.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan Kualitas Layanan dan Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen untuk kembali melakukan transaksi jual beli atau tidak. Kualitas pelayanan yang baik membuat konsumen merasa puas dan enggan untuk berpindah tempat. Persepsi konsumen sangat penting terhadap penilaian atau pelayanan terhadap keunggulan suatu perusahaan baik itu perusahaan jasa maupun perusahaan barang. Setiap perusahaan memiliki cara yang berbeda antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain.

Selain itu tempat atau lokasi pelayanan memberikan kemudahan daya jangkau untuk interaksi dalam penggunaan jasa kepada konsumen yang dituju merupakan kunci dari kegiatan pemasaran, karena itu keputusan mengenai tempat dan lokasi pelayanan yang akan digunakan memerlukan kajian yang dalam dan matang, agar tempat dan lokasi pelayanan dalam menyampaikan jasa kepada pelanggan itu bisa memberikan kenyamanan dan kepuasan sehingga dapat mendorong nilai tambah yang tinggi bagi pelanggan. Karenanya lokasi atau tempat pelayanan yang akan ditetapkan itu harus memberikan strategi baik dalam perspektif lingkungan, komunikasi maupun keamanan.

IV. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan penelitian mengenai kepercayaan, kualitas layanan, lokasi terhadap kepuasan konsumen, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
2. Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Kualitas Layanan dan Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen

Daftar Pustaka

- Assauri, S. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Buchari, Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Danang, Sunyoto. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kasmir. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Gary M. Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary M. Armstrong. 2014. *Principle of Marketing. 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran. Edisi 1*. Alih Bahasa Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Martono, Nanang. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2000. *Consumer behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 1. Edisi Keempat*. Jakarta: Erlangga.
- Setiyaningrum, Ari. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiarto, Endar. 2002. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan). Edisi ke 5*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
- Supriyanto, Achmad Sani dan Masyhuri Machfudz. 2010. *Metodelogi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN Maliki Press.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran. Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.