



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN BEBEK SINJAY BANCARAN DI KECAMATAN BANGKALAN

Aulia Dawam, Ainul Rodifah, Ahmad Alhasir, Ahmad Khoiri, Dian Al Fiyanti

Prodi Pendidikan Ekonomi, STKIP PGRI Bangkalan, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis masalah penurunan jumlah pendapatan dan penurunan jumlah kunjungan pada Rumah Makan Bebek Sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Bebek Sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan. Kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi adalah variabel bebas dan Kepuasan konsumen adalah variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sedang mengunjungi rumah makan bebek sinjay bancaran di Kecamatan Bangkalan. Sampel yang diambil sebanyak 41 responden dengan menggunakan teknik Snow Ball Sampling. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig. 0,294. Dan harga secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig. -0,308. Fasilitas secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig. -0,375. Serta lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig. 0,867. Sedangkan secara simultan kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig. 0,002.

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

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha Indonesia saat ini menghadapi persaingan yang sangat ketat di berbagai bidang khususnya industri kuliner,

sehingga banyak masyarakat Indonesia yang mulai memulai usaha di bidang industri kuliner khususnya restoran atau rumah makan. Rumah makan merupakan tempat usaha yang menjual

*Correspondence Address : dawam@stkipgri-bkl.ac.id

DOI : 10.31604/jips.v11i2.2024.499-508

© 2024UM-Tapsel Press

makanan dan minuman dan dikelola oleh perseorangan atau kelompok dengan tujuan berbisnis atau mencari keuntungan dan membuat para konsumennya merasa puas (Septiana et al., 2023:93). Usaha di industri restoran atau rumah makan termasuk yang paling banyak diminati. Sebab makanan merupakan unsur pokok yang harus dipenuhi manusia.

Usaha di bidang kuliner juga merupakan usaha yang mudah menghasilkan keuntungan jika strategi pemasarannya dipersiapkan dengan baik, matang dan menarik. Dengan strategi pemasaran yang unik, konsumen jadi mengetahui bisnis restoran yang sedang dibuat (Rizkiyah et al., 2023:552). Bangkalan merupakan salah satu daerah di Madura yang menawarkan beragam kuliner khas. Masakan khas Bangkalan ditandai dengan adanya variasi dalam penyajian makanan baik dari segi rasa, bumbu dan bentuk penyajiannya. Keunikan tersebut dapat dimanfaatkan dan dijadikan alat untuk menarik wisatawan ke Kota Bangkalan. Rumah makan yang menyajikan masakan khas Bangkalan antara lain: Warung Amboina, Restoran Tera' Bulan, Bebek Songkem Pak Salim, Rumah Makan Bebek Sinjay, dan masih banyak lagi.

Rumah makan kuliner yang ada di Bangkalan Madura yang sering dikunjungi oleh para konsumennya adalah Bebek Sinjay, dengan menu utamanya berupa nasi bebek goreng, akan tetapi bebek Sinjay ini memiliki ciri khas dari segi rasa dan tekstur. Selain itu juga terdapat sambal pencit yang asam pedas yang menambah cita rasa saat dikonsumsi oleh konsumen, karena dalam pembuatan sambal ini menggunakan irisan buah mangga atau kedondong segar dan cabai yang sangat pedas, sehingga cita rasa dari sambal ini menjadi ciri khas. Selain itu bumbu serundeng dari bebek sinjay merupakan

salah satu ciri khas yang membedakan tampilan dari nasi bebek Madura lainnya.

Rumah makan bebek sinjay di Bangkalan terdapat beberapa cabang, yaitu: Bebek Sinjay Madura (Jl. Raya Ketengan No. Km. 21), Bebek Sinjay KM. 21 Gedung Baru (Jl. Raya Ketengan No. Km. 21), Bebek Sinjay (Jl. Mayjen Sungkono Gg. 1 No. 5, RT. 2/RW. 06), Bebek Sinjay (Jl. Raya Cantian Tangkel Bangkalan), Bebek Sinjay Bancaran (Jl. Raya Bancaran, Sabanah, Sebaneh).

Penulis memilih objek penelitian di rumah makan bebek sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan karena minimnya konsumen yang datang ke rumah makan tersebut sehingga terlihat sepi. Maka dari itu rumah makan bebek sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan sangat memperhatikan kepuasan pelanggan dari beberapa faktor seperti kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan tata letak lokasi.

Kualitas pelayanan yang cepat dan baik pada suatu usaha mampu menarik minat konsumen yang lebih banyak, menghindari berpindahannya konsumen, membuat konsisten pada konsumen yang ada serta membentuk keunggulan yang menarik. Kualitas pelayanan adalah setiap kegiatan yang diberikan manfaat atau kesan yang baik oleh suatu pihak kepada pihak lain, sehingga membuat pihak tersebut merasa senang dan dihormati (Kotler, 2009 dalam Marbun et al., 2022:718).

Selain kualitas pelayanan, penetapan harga juga merupakan salah satu unsur penting dalam mengelola suatu usaha. Banyak perusahaan yang gulung tikar akibat dari ketidakcocokan penetapan harga. Dalam penetapan harga harus bisa yang sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen mampu jika ingin membeli barang tersebut. Menurut P. Kotler & Armstrong (2005) dalam Nuryani (2022:392) Harga adalah salah satu nilai tukar yang harus di pertimbangkan, karena dengan harga dapat membuat

keputusan konsumen dalam memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan, biasanya harga menentukan kualitas dari barang atau jasa tersebut. Semakin tinggi harga maka kualitas yang ditawarkan akan semakin baik. Sebaliknya jika harga rendah maka kualitas yang ditawarkan kurang baik. Hal ini menjadi salah satu indikator yang perlu dilakukan oleh para pengusaha dalam mengambil suatu kebijakan penetapan harga yang diperlukan perhitungan yang cermat.

Fasilitas dijadikan hal yang penting untuk membuat suatu usaha, karena fasilitas yang memadai dan baik dapat membuat para konsumen atau pelanggan yang datang merasa betah sehingga ada rasa ingin berlama-lama ditempat tersebut. Fasilitas adalah segala sesuatu yang disediakan oleh pengusaha dalam usahanya untuk dipakai dan dinikmati oleh konsumen sehingga dapat memudahkan produknya berupa barang atau jasa untuk dipasarkan (Philip Kotler, 2001 dalam Firmansyah & Indra, 2023:164). Selain itu fasilitas juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk manfaat dari perusahaan yang menyediakan segala sesuatu kepada konsumen atas dasar pembelian.

Restoran atau rumah makan harus pandai dalam memilih lokasi untuk menjalankan usahanya. Lokasi yang baik yang menciptakan akses yang cepat dan memudahkan para konsumen untuk datang. Menurut Kotler dan Keller dalam Purnama et al., (2022:75) salah satu kunci sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memiliki komunitas. Penempatan rumah makan bebek sinjay ini memiliki lokasi yang sangat strategis dan akses lokasi juga sangat cukup mudah, selain itu rumah makan ini tidak pernah sepi dari para pelanggan atau konsumen.

Dengan demikian penelitian ini terdapat rumusan masalah sebagai berikut: 1) apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

pada rumah makan bebek sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan?; 2) apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan bebek sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan?; 3) apakah ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan bebek sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan?; 4) apakah ada pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan bebek sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan?; 5) apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan bebek sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan?.

Secara khusus tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan bebek sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan; 2) untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan bebek sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan; 3) untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan bebek sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan; 4) untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan bebek sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan; 5) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan bebek sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2016:14). Perolehan data berasal dari sumber data melalui

penerapan kuesioner yang disebar melalui *google forms*.

Menurut Sugiyono (2016:117) Populasi merupakan wilayah atau kategori umum yang terdiri atas: objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian yang ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sedang dan pernah mengunjungi rumah makan bebek sinjay bancaran di Kecamatan Bangkalan.

Menurut Sudaryono (2022:167) Sampel penelitian adalah suatu faktor penting yang perlu diperhatikan dalam penelitian yang kita lakukan. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan *Snow Ball Sampling*. *Snow Ball Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dalam ini responden yang berhasil diperoleh diminta untuk menunjukkan responden-responden lainnya secara berantai (Sudaryono, 2022:175). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 41 responden.

Menurut Mulyawan (2016:219) mengemukakan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki banyak arti, seperti kepatuhan terhadap persyaratan, kesesuaian tujuan, perbaikan terus-menerus, melakukan tindakan segera secara benar dari awal dan aktivitas yang menyenangkan di dalam menyediakan pelayanan. Menurut Parasuraman (2013) dalam Indriani, (2021:14) terdapat lima indikator dalam faktor kualitas pelayanan yaitu Keandalan (*Realibility*), Ketanggapan (*Resposivenees*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), dan Bukti Fisik (*Tangible*).

Harga adalah satuan nilai ukur atau penetapan ukuran terhadap barang dan jasa yang diperjualbelikan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2008 dalam Edwin Zusrony,

S.E, M.M, n.d.:128). Menurut Stanton (1998) dalam Indriani (2021:21) terdapat tiga indikator dalam mengukur sebuah harga yaitu Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan Daya saing harga.

Menurut Haris (1959:10) secara umum fasilitas merupakan semua perangkat peralatan, bahan dan perabot yang secara langsung digunakan dalam segala aktivitas di dunia usaha, seperti gedung, toilet, tempat parkir, tempat cuci, dll. Menurut Hawkins dan Lonney (2007) dalam Indriani (2021:22) terdapat tiga indikator dalam menentukan fasilitas adalah Pertimbangan/perencanaan spesial, Perencanaan ruangan, dan Perlengkapan/perabotan.

Menurut Wahyudiono (2017:28) mengemukakan bahwa lokasi adalah tempat yang harus ada dan tersedia secara startegis dan memadai agar dapat menjalankan kegiatan usaha yang lebih baik. Menurut Situmeang (2017:49) dalam Indriani (2021:24) beberapa indikator lokasi yaitu Akses dan Lingkungan.

Menurut Kotler (1994) dalam Wiwik Sulistiyowati, ST., (2018:54) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan atau psikologis seseorang ketika mengevaluasi kinerja atau hasil yang dimilikinya mengenai harapannya. Menurut Tjiptono (2001) dalam Indriani (2021:25) Indikator kepuasan konsumen dibagi menjadi tiga yaitu Kesesuaian harapan, Minat berkunjung kembali, dan Kesiediaan merekomendasikan.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan skala pengukuran 1-5 yaitu 1 (Sangat Tidak Setuju), 2 (Tidak Setuju), 3 (Netral/Ragu-ragu), 4 (Setuju) dan 5 (Sangat Setuju).

Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti, yaitu antara lain:

1. Uji validitas dan Uji reliabilitas
2. Uji normalitas
3. Uji autokolerasi
4. Uji multikolinieritas
5. Uji heteroskedastisitas
6. Uji regresi linear berganda
7. Uji f dan uji t

Pada tabel 2 di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, karena mempunyai nilai koefisien Cronbach Alpha sebesar 0,816 \geq 0,70 nilai kritis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, peneliti menyajikan beberapa hasil uji yang telah dilakukan yaitu hasil uji validitas dan uji reliabilitas, uji normalitas, uji autokolerasi, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji regresi linear berganda, serta uji f dan uji t dengan menggunakan SPSS 23 sebagaimana diuraikan pada tabel berikut ini:

Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

		X1	X2	X3	X4	Y	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	,794**	,548**	,597**	,564**	,929**
	Sig. (2-tailed)		,000	,010	,004	,008	,000
	N	21	21	21	21	21	21
X2	Pearson Correlation	,794**	1	,542**	,730**	,511**	,799**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001	,000
	N	21	41	41	41	41	41
X3	Pearson Correlation	,548**	,542**	1	,478**	,336*	,713**
	Sig. (2-tailed)	,010	,000		,002	,032	,000
	N	21	41	41	41	41	41
X4	Pearson Correlation	,597**	,730**	,478**	1	,557**	,741**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,002		,000	,000
	N	21	41	41	41	41	41
Y	Pearson Correlation	,564**	,511**	,336*	,557**	1	,770**
	Sig. (2-tailed)	,008	,001	,032	,000		,000
	N	21	41	41	41	41	41
TOTAL	Pearson Correlation	,929**	,799**	,713**	,741**	,770**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	21	41	41	41	41	41

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Diolah peneliti, SPSS 23

Hasil uji validitas diatas setiap indikator variabel nilainya dibawah 0.05 jadi dapat dikatakan valid. Uji validitas digunakan untuk mengukur untuk mengukur seberapa efektif suatu kuesioner untuk memperoleh data.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas
 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,816	,859	5

Sumber: Diolah peneliti, SPSS 23

Uji Normalitas

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

		X1	X2	X3	X4	Y
N		21	41	41	41	41
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	20,4286	12,4878	11,9268	8,3659	12,1220
	Std. Deviation	2,89087	1,43391	1,75200	1,01873	1,41766
Most Extreme Differences	Absolute	,168	,316	,239	,348	,315
	Positive	,103	,316	,239	,348	,315
	Negative	-,168	-,196	-,151	-,238	-,246
Test Statistic		-,168	,316	,239	,348	,315
Asymp. Sig. (2-tailed)		,126 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Diolah peneliti, SPSS 23

Seperti terlihat pada gambar 1 diatas, nilai kolmogorov-smirnov sebesar 0,126 dan signifikan pada 0,000. Artinya H0 ditolak yang berarti data residual terdistribusi tidak normal. Selain itu, hasilnya konsisten dengan uji sebelumnya.

Uji Autokolerasi

Tabel 3 Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,797 ^a	,635	,544	,84037	1,940

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2
 b. Dependent Variable: Y

Sumber: Diolah peneliti, SPSS 23

Pada tabel 3 diatas dapat disimpulkan bahwa DW 1.940 terletak diantara du dan (4-du) sebesar 1.658 & 2.810. Dengan ini dapat dinyatakan tidak terdapat autokorelasi. Uji autokorelasi dapat disebabkan beberapa faktor, antara lain: karena manipulasi data, tidak memasukkan peubah (variabel) yang berpengaruh, atau karena kesalahan model. Adapun kriteria data agar lulus dari uji autokorelasi adalah $du < d < 4 - du$.

Uji Multikolinieritas
Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,357	2,805
	X2	,258	3,880
	X3	,609	1,642
	X4	,426	2,349

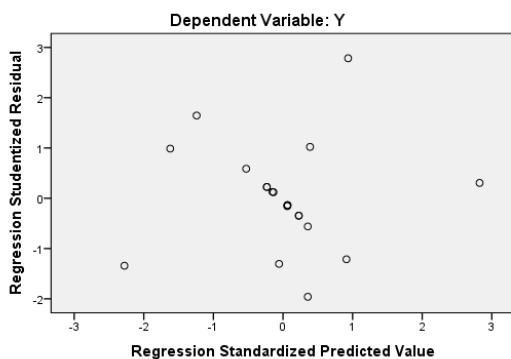
a. Dependent Variable: Y

Sumber: Diolah peneliti, SPSS 23

Seperti dilihat pada tabel 4 diatas, keempat variabel mempunyai hasil *Tolerance* > 0,1 & hasil VIF < 10. Artinya tidak terjadi multikolinieritas. Kriteria pengambilan analisis uji multikolinieritas, antara lain: 1) Jika nilai VIF < 10 atau nilai *Tolerance* > 0,01, maka ditunjukkan tidak terjadi multikolinieritas. 2) Jika nilai VIF > 10 atau nilai *Tolerance* < 0,01, maka ditunjukkan terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Scatterplot



Sumber: Diolah peneliti, SPSS 23

Gambar diatas menunjukkan penyebaran data dengan angka 0 di sumbu Y yang mana tidak membentuk pola. Oleh karena itu, data yang diperoleh bersifat homoskedastisitas. Kriteria data yang dapat dikatakan lolos uji heteroskedastisitas adalah: 1) Jika terdapat beberapa pola seperti pola utama yang ada menghasilkan beberapa pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), hal ini

menunjukkan telah terjadi heteroskedastisitas. 2) Jika tidak terdapat pola yang jelas atau titik-titik yang jelas tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda
Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,185	1,762		4,078	,001
	X1	,294	,109	,683	2,701	,016
	X2	-,308	,264	-,346	-1,164	,262
	X3	-,375	,140	-,517	-2,670	,017
	X4	,867	,273	,736	3,178	,006

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Diolah peneliti, SPSS 23

Rumus Regresi Linear Berganda:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Memiliki arti sebagai berikut:

- a. Konstanta = 7,185
Nilai tersebut berarti variabel bebas mempunyai nilai 0, sehingga konstanta kepuasan konsumen (Y) = 7,185.
- b. X1 = 0,294
Koefisien regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bernilai sebesar 0,294 yang berarti jika X1 bertambah satu satuan dengan asumsi X2, X3 dan X4 adalah nol, maka X1 bertambah 0,294. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) berkontribusi terhadap kepuasan konsumen.
- c. X2 = -0,308
Koefisien regresi menunjukkan bahwa harga bernilai sebesar -0,308 yang berarti jika X2 turun satu satuan dengan asumsi X1, X3 dan X4 sama dengan nol, maka X2 turun sebesar -0,308. Hal ini menunjukkan harga (X2) tidak

berkontribusi pada kepuasan konsumen.

d. $X_3 = -0,375$

Koefisien regresi menunjukkan bahwa fasilitas bernilai sebesar $-0,375$ yang berarti jika X_3 turun satu satuan dengan asumsi X_1 , X_2 dan X_4 sama dengan nol, maka X_3 turun sebesar $-0,375$. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas (X_3) tidak berkontribusi pada kepuasan konsumen.

e. $X_4 = 0,867$

Koefisien regresi menunjukkan bahwa lokasi bernilai sebesar $0,867$ yang berarti jika X_4 bertambah satu satuan dengan asumsi X_1 , X_2 dan X_3 adalah nol, maka X_4 bertambah $0,867$. Hal tersebut menunjukkan bahwa lokasi (X_4) berkontribusi pada kepuasan konsumen.

Uji t

Tabel 5 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,185	1,762		4,078	,001
	X1	,294	,109	,683	2,701	,016
	X2	-,308	,264	-,346	-1,164	,262
	X3	-,375	,140	-,517	-2,670	,017
	X4	,867	,273	,736	3,178	,006

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Diolah peneliti, SPSS 23

- Dapat dilihat hasil Sig. kualitas pelayanan sebesar $0,016 < 0,05$ dan Thitung $2,701 > 1,687$ Ttabel. Sehingga X_1 secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan maka H_0 ditolak H_a diterima.
- Dapat dilihat hasil Sig. harga sebesar $0,264 > 0,05$ dan Thitung $-1,164 < 1,687$ Ttabel. Sehingga X_2 secara

parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

- Dapat dilihat hasil Sig. fasilitas bernilai $0,017 < 0,05$ dan Thitung $-2,670 < 1,687$ Ttabel. Sehingga X_3 secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Dapat dilihat hasil Sig. lokasi bernilai $0,006 < 0,05$ dan Thitung $3,178 > 1,687$ Ttabel. Sehingga X_4 secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Uji f

Tabel 6 Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19,653	4	4,913	6,957	,002 ^b
	Residual	11,300	16	,706		
	Total	30,952	20			

a. Dependent Variable: Y
 b. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

Sumber: Diolah peneliti, SPSS 23

Seperti dilihat pada tabel 6 diatas nilai sig. keempat variabel $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan pada variabel dependen.

Pembahasan

- Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen karena hasil uji t yang signifikasinya bernilai sebesar $0,016 < 0,05$ dan Thitung $2,701 > 1,687$ Ttabel. H_0 ditolak H_a diterima, sehingga dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen karena hasil uji t yang signifikasinya bernilai sebesar $0,264 > 0,05$ dan Thitung $-1.164 < 1.687$ Ttabel. H₀ diterima H_a ditolak, Dapat dijelaskan bahwa setiap harga di rumah bebek sinjay bancaran dengan cabang lainnya relatif sama sehingga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

c. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen

Terdapat pengaruh fasilitas pada kepuasan konsumen karena hasil uji t yang signifikasinya bernilai bernilai sebesar $0,017 < 0,05$ dan Thitung $-2.670 < 1.687$ Ttabel. H₀ diterima H_a ditolak, dapat dijelaskan bahwa setiap fasilitas yang disediakan sudah standard di rumah makan bebek sinjay bancaran dengan cabang lainnya sehingga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

d. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen

Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen karena hasil uji t yang signifikasinya bernilai sebesar $0,006 < 0,05$ dan Thitung $3.178 > 1.687$ Ttabel. H₀ diterima H_a ditolak, dapat dijelaskan bahwa semakin strategis lokasi yang dibangun sehingga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

e. Pengaruh kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen

Diperoleh uji F bernilai $0,002 < 0,05$. Artinya kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen dan nilai koefisien determinasinya 0.706 yang artinya sebesar $70,6\%$ pelanggan

puas dapat dijelaskan dengan keempat variabel independen. H₀ di tolak dan H_a di terima.

SIMPULAN

- a. Kualitas Pelayanan Rumah Makan Bebek Sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan secara parsial memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen. Dapat dijelaskan bahwa bila semakin unggul dan tinggi kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen akan makin meningkat.
- b. Secara parsial Harga Rumah Makan Bebek Sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan berpengaruh tidak signifikan pada kepuasan konsumen. Dikarenakan harga pada Rumah Makan Bebek Sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan dengan Cabang lainnya relatif sama.
- c. Fasilitas Rumah Makan Bebek Sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas Rumah Makan Bebek Sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan memiliki standard yang sama dengan cabang lainnya.
- d. Lokasi Rumah Makan Bebek Sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen dikarenakan lokasi Rumah Makan Bebek Sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan yang berada dipinggir jalan raya dan letaknya sangat strategis yang membuat konsumen

- mudah untuk mengunjungnya.
- e. Dari keempat variabel independen mempunyai pengaruh signifikan secara simultan pada kepuasan pelanggan. Adapun variabel kualitas pelayanan dan lokasi mendominasi pengaruh pada kepuasan konsumen Rumah Makan Bebek Sinjay Bancaran di Kecamatan Bangkalan dibandingkan harga dan fasilitas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini, baik berupa materil maupun non materil. Peneliti mnegucapkan terima kasih kepada Rumah Makan Bebek Sinjay Bancaran di kecamatan Bangkalan yang telah mengizinkan peneliti menggunakan sebagai objek penelitian. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman mahasiswa yang telah membantu selama proses penelitian berlangsung dan segala bantuannya. Dan yang terakhir, peneliti mengucapkan terima kasih kepada Dosen pengampu mata kuliah Metodologi Penelitian yang telah membimbing peneliti dalam melakukan penelitian ini hingga akhir.

DAFTAR PUSTAKA

Edwin Zusrony, S.E, M.M, M. ko. (n.d.). Perilaku Konsumen di Era Modern (M. K. Robby Andika Kusumajaya, S.ST., M.M. (ed.)).

Firmansyah, R., & Indra, J. (2023). Analisis Pengaruh Harga,Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Bejos Milk. Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya, 162-166.

Haris, I. (1959). Manajemen Fasilitas Pembelajaran. In Nucl. Phys. (1st ed., Vol. 13, Issue 1).

Indriani, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Sop Buah di Kecamatan Kamal. STKIP PGRI Bangkalan.

Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 3(2), 716-727. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/1134>

Mulyawan, D. R. (2016). Birokrasi dan Pelayanan Publik (W. Gunawan (ed.); 1st ed.).

Nuryani, F. T. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 3(4), 452-462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>

Purnama, N. I., Nasution, M. F. H., & Astuti, R. (2022). Pengaruh Harga Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di 212 Mart. Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi), 3(1), 74-86. <https://ceredindonesia.or.id/index.php/akmami/article/view/564>

Rizkiyah, I. Z., Dawam, A., & Tarman, M. (2023). Factors Affecting Customer Loyalty Through Satisfaction at UD. Sumber Makmur Banyuajuh Village, Kamal District. Indonesian Journal of ..., 3(3), 551-560. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/ijem/article/view/5038%0Ahttps://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/ijem/article/download/5038/3247>

Septiana, A., Dawam, A., & Tarman, M. (2023). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen dengan Variabel Intervening Kepuasan Konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 15(1), 92-102. <https://doi.org/10.23887/ijpe.v15i1.66016>

Sudaryono, D. (2022). Metodologi Penelitian (octiviena (ed.); 1st ed.).

Sugiyono, P. D. (2016). Metode Penelitian Pendidikan (Alfabeta (ed.); 23rd ed.).

Wahyudiono, W. (2017). Perekayaan Sosial (Segar (ed.); 1st ed.).

Wiwik Sulistiyowati, ST., M. . (2018).
Buku Ajar Kualitas Layanan (M. P. Septi Budi
Sartika (ed.); 1st ed.).