

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BOBER CAFE SURABAYA

Oleh

Moch. Jaya Romadhan

1211600157

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Mochammadjayar24@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Bober Cafe Surabaya. populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah para konsumen Bober Cafe Surabaya. Sampel yang diambil berjumlah 100 orang, teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan data primer dengan kuisioner dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas), uji statistik (uji t, uji F dan koefisien determinasi). Berdasarkan analisis statistik data, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat Valid dan variabelnya Reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas dari multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan berdistribusi normal. Berdasarkan analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y=3.862+0,392 X_1+0,183 X_2+0,187 X_3$. secara individu variabel masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel kualitas pelayanan dengan koefisien regresi sebesar 0,392 dengan tingkat signifikansi 0,000, lalu variabel Lokasi dengan koefisien regresi sebesar 0,187 dengan tingkat signifikansi 0,032 kemudian yang berpengaruh rendah adalah variabel persepsi harga dengan koefisien regresi sebesar 0,183 dengan tingkat signifikansi 0,038. Bober cafe perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh konsumen serta memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Lokasi, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Cafe merupakan bisnis yang bergerak di bidang jasa dan produk dengan memberikan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Perkembangan bisnis Cafe sudah banyak merambah seluruh kota Indonesia. Surabaya merupakan salah satu kota terbesar dengan perkembangan Cafe yang sangat pesat. Hal ini dapat terlihat semakin banyaknya Cafe di Surabaya

yang menjadi tempat nongkrong untuk menghilangkan rasa penat maupun stres baik bagi kalangan pelajar hingga pekerja. Salah satu cafe yang terkenal di Surabaya yaitu, Bober Cafe yang berada di Jl. Raya Jemursari no.70. Bober Cafe menjadi pilihan untuk menghabiskan waktu maupun melepaskan penat. Pengunjung Cafe ini didominasi kaum milenial, mulai dari mahasiswa hingga pebisnis muda. Tidak hanya sekedar Cafe melainkan sudah menjadi ruang

komunitas yang menyuguhkan berbagai menu hidangan yang beragam ditambah konsep dari bober Cafe ini menjadikan gaya industrial sebagai ornamen-ornamen seperti perabotan Cafe, misalnya kursi dan meja yang berbeda dari Cafe lainnya. Selain itu dinding batu bata ekspos dan kontainer di Cafe ini menambah kesan instagramable tempat milenial masa kini. Sehingga Bober Cafe memberikan kesan nyaman dengan adanya konsep yang di usung sebagai bentuk pelayanan dan memberikan rasa kenyamanan bagi pelanggan.

Namun banyaknya Cafe di Surabaya yang bermunculan dan berkembang dengan pesat mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi demikian pelaku usaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang di dirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha di tuntut harus memenangkan pasar dan persaingan, perusahaan juga harus mampu memahami kebutuhan konsumennya. Dengan memahami kebutuhan konsumen, maka dapat memberi masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam persaingan pasar. Pelaku bisnis Cafe harus berfikir kreatif dan inovatif untuk menarik para konsumen dan menimbulkan kepuasan pada konsumen. kepuasan konsumen akan memberikan pengaruh sangat penting terhadap pelaku usaha, apabila konsumen merasa puas, maka konsumen akan merasa senang dan akan melakukan pembelian ulang.

Kepuasan konsumen adalah hal yang sangat penting bagi kelangsungan hubungan baik antara perusahaan dan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan konsumen, sehingga kualitas pelayanan yang baik

serta kepuasan konsumen tersebut dapat mempengaruhi intensitas kunjungan konsumen pada kesempatan berikutnya. Kualitas pelayanan adalah permulaan di kepuasan konsumen. konsumen dalam menentukan

Kualitas Pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing. kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jika perusahaan tidak dapat memenuhi maka akan menimbulkan ketidakpuasan. Biasanya, konsumen menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk dengan cara membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Persepsi harga merupakan pendapat atau asumsi seorang konsumen tentang harga atau sejumlah uang yang dibebankan untuk mendapatkan manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Persepsi Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dan mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut

Lokasi atau tempat adalah salah satu faktor yang paling penting dalam perilaku konsumen, pelaku bisnis juga harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan bisnisnya di suatu kawasan atau daerah yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat.

Lokasi menjadi peran penting dalam sebuah bisnis karena sebuah lokasi bisnis yang strategis akan menarik konsumen untuk datang dan membeli sebuah produk yang ditawarkan oleh pelaku bisnis.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bober Cafe Surabaya?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bober Cafe Surabaya?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bober Cafe Surabaya?
4. Apakah kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan Bober Cafe Surabaya?

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian memberikan prosedur untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyusun atau menyelesaikan masalah dalam penelitian. Desain penelitian merupakan dasar dalam melakukan penelitian. Desain penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif.

Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil pengukuran yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka-angka, yang meliputi nilai dari jawaban kuisioner yang telah dibuat dan diisi oleh responden.

Sumber Data

Data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder

merupakan data yang di peroleh secara langsung kepada sumber informasi dan diperoleh dari literatur, buku-buku atau dokumen perusahaan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Bober Cafe Surabaya. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *accidental random sampling*. Sampel yang didapat dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 100 sampel

Metode Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas), uji statistik (uji t, uji F dan koefisien determinasi).

PEMBAHASAN

Uji Intrumen

Uji Validitas:

Jika koefisien korelasi (r_{xy}) lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,1966 berarti item kuisioner dinyatakan valid dan dinyatakan sah. Hasil perhitungan ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Cut off	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,623	0,600	Reliabel
Persepsi harga (X2)	0,633	0,600	Reliabel
Lokasi (X3)	0,623	0,600	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,629	0,600	Reliabel

Adapun kesimpulan hasil reliabilitas kuisioner sesuai dengan output SPSS

dapat dilihat pada tabel diatas. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menguji statistik *Cronbach Alpha*. Yakni suatu variabel dikatakan realibel apabila variabel tersebut memberikan nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF
Kualitas Pelayanan (X1)	1,477
Persepsi Harga (X2)	1,539
Lokasi (X3)	1,509

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan nilai koefisian VIF yang diperoleh pada variabel kualitas pelayanan sebesar 1,477, variabel persepsi harga sebesar 1,539, dan variabel lokasi sebsar 1,509. Karena nila VIF di sekitar angka 1 dan antara 1 sampai dengan 10 hal tersebut menunjukkan bahwa data yang di peroleh tidak menunjukkan adanya multikolinieritas.

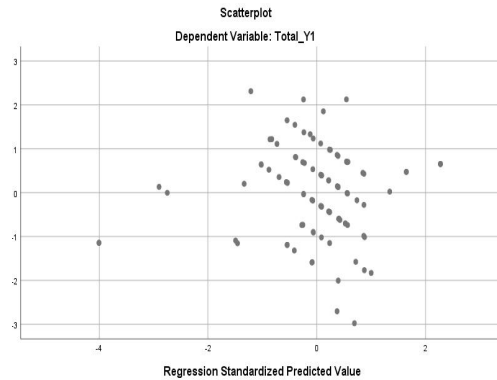
Uji Heteroskedastisitas

Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas adalah:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (Bergelombang, Melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik mnyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil pengujian heterosjedastisitas terhadap data diperoleh hasil sebagai berikut:

Gambar Hasil Pengujian Heteroskedastisitas



Berdasarkan **Gambar Hasil Pengujian Heteroskedastisitas** bahwa titik-titik yang ada membentuk pola tertentu maka mengidentifikasi tidak terjadi heteroskedastisitas.

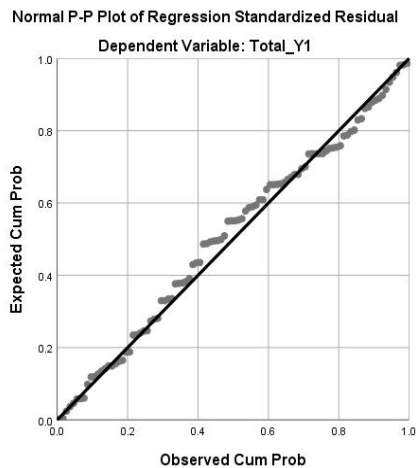
Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusan

- Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak memenuhi asumsi normalitas

Adapun gambar persebaran data dapat dilihat dalam grafik berikut:

Gambar Hasil Uji Normalitas Data



Berdasarkan analisis data penelitian pada lampiran diketahui bahwa persebaran data searah dengan sumbu diagonal, sehingga disimpulkan bahwa dari keseluruhan data variabel tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan analisis regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

pesamaan regresi berganda yang di peroleh

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$Y = 3,863 + 0,392 X_1 + 0,183 X_2 + 0,187 X_3$$

Nilai $a = 3,863$, artinya jika kualitas pelayanan (X_1), Persepsi Harga (X_2) dan lokasi (X_3) diasumsikan bernilai nol (0) maka kepuasan konsumen sebesar 3,863.

Nilai $b_1 = 0,392$, artinya jika setiap peningkatan Kualitas Pelayanan (X_1) secara positif terjadi kenaikan sebesar satu-satuan maka mengakibatkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,392.

Nilai $b_2 = 0,183$, artinya jika setiap peningkatan Persepsi Harga (X_2) secara positif terjadi kenaikan sebesar satu-satuan maka mengakibatkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,183.

Nilai $b_3 = 0,187$, artinya jika setiap peningkatan Lokasi (X_3) secara positif terjadi kenaikan sebesar satu-satuan

maka mengakibatkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,187.

Uji F (Simultan)

Model	Sum of Square	Of	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	145.793	3	48.598	23.968	.000 ^a
Residual	194.647	86	2.028		
Total	340.440	99			

Berdasarkan hasil pengujian pada gambar diatas diperoleh $F_{hitung} = 23.968$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang kurang dari (0,05), maka menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh tersebut signifikan sehingga variabel kualitas pelayanan (X_1), persepsi harga (X_2) dan lokasi (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bober cafe suarabaya.

Uji t (Parsial)

Variabel	Nilai t_{hitung}	Nilai Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	4,093	0,000	Signifikan
Persepsi Harga (X_2)	2,104	0,038	Signifikan
Lokasi (X_3)	2,175	0,032	Signifikan

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan hasil uji hipotesis secara parsial dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,093 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang kurang dari (0,05) maka nilai t diperoleh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 yang berbunyi, kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap

- kepuasan konsumen (Y) secara parsial maka H_a diterima.
2. Variabel persepsi harga (X2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,104 dengan tingkat signifikansi 0,038 kurang dari (0,05) maka nilai t diperoleh signifikan, Hal ini menunjukkan bahwa H_2 yang berbunyi persepsi harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial maka H_a diterima.
 3. Variabel lokasi (X3) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,175 dengan tingkat signifikansi 0,032 yang kurang dari (0,05) maka nilai t diperoleh signifikan, Hal ini menunjukkan bahwa H_3 yang berbunyi lokasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial maka H_a diterima.

Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.654 ^a	.428	.410	1.424	1.341

Dari tabel 4.7 diketahui hasil nilai R menunjukkan angka sebesar 0,654 yang berarti kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi menjelaskan terjadinya kepuasan konsumen di Bober Cafe Surabaya. Sedangkan nilai Adjusted R Square menunjukkan angka 0,428 yang berarti 42,8% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi. dan sisanya 57,2% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasannya, maka dapat diambil suatu simpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh signifikan dari variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan konsumen pada Bober Cafe Surabaya yang artinya kualitas pelayanan, persepsi harga serta lokasi secara positif mampu meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Secara parsial kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Bober Cafe Surabaya artinya secara sendiri-sendiri variabel-variabel yang diteliti memberikan pengaruh terhadap peningkatan kepuasan konsumen Bober Cafe Surabaya.

Saran

Bagi Bober Cafe Surabaya :

Mengingat kualitas pelayanan , persepsi harga dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen secara signifikan, maka pihak manajemen bober cafe surabaya hendaknya memperhatikan peningkatan bagi kualitas pelayanan yang dimiliki agar mampu mendorong kepuasan konsumen yang pada akhirnya akan dapat membantu meningkatkan jumlah pengunjung,

- a. Selain kualitas pelayanan, manajemen Bober Cafe Surabaya hendaknya juga memperhatikan indikator variabel dari persepsi harga yang meliputi kesesuaian harga dengan kualitas produk, perbandingan harga dengan pesaing sehingga persepsi pengunjung Bober Cafe Surabaya terhadap harga yang ditetapkan tetap baik.
- b. Bober Cafe Surabaya sebaiknya lebih dominan memperhatikan lokasi karena sudah diketahui bahwa lokasi lah yang paling unggul dalam memuaskan konsumen. Selain strategis lokasi yang memiliki tempat parkir yang luas di sukai konsumen.

Bagi Akademisi:

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah atau mengembangkan variabel-variabel lain dari variabel yang digunakan pada penelitian ini yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen agar hasil penelitian dapat lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchori dan Saladin, Djaslim. (2010). *Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi dan Tanya Jawab*. Bandung CV. Linda Karya.
- Arianto Saputro, Imroatul Khasanah. (2016). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Floo Cafe Ungaran*. *Jurnal Manajemen*, Vol.5, No.4, Hal 1-14.
- Basu Swastha dan Hani Handoko. (2011). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Basu, Swastha. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Diandaris Nurhandika Rahman. (2013). *Pengaruh Kualitas pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keuasan Konsumen Pada Pemancingan Ngrembel Asri Gunungpati Semarang*. *Jurnal ekonomi*.
- Fure, H. (2013). *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*. *Jurnal EMBA*, Vol.1, Nol.3, September 2013 : 273-283 .
- Ghufriyah Nur Fadilah. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Kolong Jember*. *Jurnal Skripsi Manajemen*, Universitas Jember.
- Kolter, Philip dan Armstrong. (2003). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Lupioyadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiarto, Endar. (2002). *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suparyanto & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: IN MEDIA.
- Tjiptono, F dan Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Yulisetiarni, D., Irmawati, H dan Wulandari, D. (2017). *Pengaruh Lokasi dan Brand Image Serta Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Jember*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol.11, No.2, Hal.155-163.