

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

Yogi Agil Prastyo

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945, Jalan Semolowaru No. 45 Surabaya 60118, Tel. 031-5931800, yogaprastya77@gmail.com

Abstrak

Perkembangan bisnis saat ini sangat berdampak bagi kehidupan manusia terutama pada bidang usaha seperti kuliner. Sementara itu banyaknya bidang usaha yang bermunculan membuat persaingan para pengusaha kuliner semakin ketat. Oleh sebab itu para pelaku usaha harus mampu cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan dalam menghadapi situasi dan kondisi yang ada. Untuk dapat memenangkan persaingan dalam bisnis pengusaha dituntut agar mampu memahami apa yang menjadi kebutuhan konsumen. Penelitian ini mencoba menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen yang berlokasi di Diskuupi Cafe Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian survei menggunakan kuisioner populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung ke diskuupi jumlah responden adalah 100. besarnya nilai uji F adalah 0,000 berarti $< 0,05$ dan F hitung sebesar 24,041. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X_1), Persepsi Harga (X_2), dan Lokasi (X_3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dan hasil uji t dengan nilai signifikan (α) 5 diketahui nilai t sebesar 1,66088. Nilai t hitung $>$ t tabel. Hasil uji t kualitas pelayanan adalah 4,067 ,persepsi harga adalah 2,930 lokasi adalah 2,404. Sehingga secara parsial variabel kualitas pelayanan persepsi harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap Diskuupi Cafe.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Lokasi, dan Kepuasan Konsumen

Abstract

The development of business today has a huge impact on human life, especially in business fields such as culinary. Meanwhile, the number of business fields that have sprung up has made the competition for culinary entrepreneurs to be even tighter. Therefore, business actors must be able to quickly and responsively make decisions in dealing with existing situations and conditions. To be able to win the competition in business, entrepreneurs are required to be able to understand what consumers need. This study tries to explain the effect of service quality, price perception and location on customer satisfaction which is located in Diskuupi Cafe Surabaya. This study uses a quantitative method with survey research using a population questionnaire in this study are consumers who have been to covered the number of respondents are 100. The value of the F test value is 0.000, which means <0.05 and F counts 24.041. This shows that H_0 is rejected and H_1 is accepted. So that the independent variables consisting of Service Quality (X1), Price Perception (X2), and Location (X3) simultaneously have a significant effect on Customer Satisfaction (Y). And the t test results with a significant value (α 5, it is known that the t value is 1.66088. The value of t count $>$ t table. The service quality t test result is 4.067, the price perception is 2.930 locations is 2.404. So that partially the variable service quality, perceived price and location has a significant effect on Diskuupi Cafe.

Keywords: Service Quality, Price Perception, Location, and Customer Satisfaction

1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era saat ini sangat berdampak bagi kehidupan manusia terutama pada bidang usaha seperti kuliner. Bisnis *cofeeshop* sudah mulai menjamur di berbagai tempat di Indonesia. Hal ini ditandai oleh banyaknya pelaku usaha yang membuka atau menciptakan usaha yang berbasis kopi. Oleh karena itu untuk memenangkan persaingan pemilik usaha perlu merencanakan strategi agar mampu bertahan dan menjaga eksistensinya dalam persaingan tersebut, Maka perlu ada peningkatan kualitas pelayanan yang mengacu pada kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan harus memiliki standar dan profesionalisme yang baik agar mampu memenuhi harapan konsumennya. Dengan memberikan pelayanan yang baik tentu akan meningkatkan kepuasan yang diterima dari produk yang terjual. Suatu perusahaan dapat dikatakan meraih kesuksesan ketika di lihat dari faktor pelayanan pelanggan..

Selain kualitas pelayanan, konsumen menggunakan harga sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pembelian.. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok dipasar. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan harga pasaran yang ada.

Disamping itu, Lokasi juga merupakan salah satu faktor yang patut untuk dipertimbangkan dalam melakukan seluruh kegiatannya oleh karena itu lokasi yang strategis lebih menguntungkan pelaku bisnis. Suasana yang nyaman dan desain yang menarik dapat

mempengaruhi minat konsumen untuk mengunjungi tempat tersebut. Akses yang cepat, fasilitas yang memadai, dan mudah di jangkau oleh konsumen.

Cafe Diskuupi merupakan salah satu *coffee shop* yang berada di JL. Nginden Semolo No.38, Kec. Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur. Diskuupi didirikan di Surabaya pada September 2019. Diskuupi digerakkan oleh dua perempuan muda yaitu Wardah Nafisah dan Puteri Yolanda yang merupakan. *Founder* dan *CEO* Diskuupi. Nama Diskuupi berasal dari nama singkatan diskusi, kamu, dan kopi,

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PERSEPSI HARGA DAN LOKASI TEHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DISKUUPI CAFE SURABAYA”**

2. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah tahapan tahapan atau langkah yang akan dilakukan dalam sebuah penelitian seperti berikut ini :

2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menekan pada fenomena-fenomena objektif dan dikaji secara kuantitatif. Maksimalisasi objektifitas desain pendekatan kuantitatif dilakukan dengan menggunakan angka - angka pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol (Hamdi & Bahrudin, 2015:5)

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Kuesioner. Kuesioner yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan angket atau daftar pernyataan kepada responden (konsumen) yang telah melakukan pembelian pada Diskuupi Cafe Surabaya. Pengisian kuesioner ini diukur dengan menggunakan skala *likert* dengan lima poin. Dalam pengukuran jawaban responden, pengisian kuesioner diukur menggunakan Skala Likert, Skala Likert merupakan salah satu cara yang paling sering digunakan dalam menentukan skor. Cara mengukurnya adalah dengan menghadapkan seorang responden dengan sebuah pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban: sangat puas, puas, cukup puas, tidak puas, dan sangat tidak puas.

2.3 Pengolahan Data

Menurut Sutarman (2012:4), Pengolahan Data adalah proses perhitungan atau transformasi data input menjadi informasi yang mudah dimengerti ataupun sesuai dengan yang diinginkan, contohnya editing, coding, tabulasi, verifikasi.

2.4 Analisis Data

Analisis data adalah proses untuk menguji atau mengukur kualitas data, uji asumsi klasik dan analisis regresi.

2.5 Teknik Pengujian

Adalah Teknik untuk menguji dari hasil penelitian dengan menggunakan metode hipotesis untuk mengetahui pengaruh dari variable bebas dan variable terikat.

3. Hasil Dan Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan pada Diskuupi Cafe Surabaya terdapat pengaruh di Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen dilihat dari bukti Uji Instrumen seperti berikut:

3.1 Uji Validitas

Uji validitas dan reliabilitas ini dilakukan 100 orang responden yang digunakan untuk mengetahui apakah setiap pertanyaan yang tersedia di kuisoner dapat mewakili jawaban dari setiap responden. Pengujian ini untuk mengukur tingkat kelayakan kuisoner sebagai alat pengumpulan data perhitungan dilakukan dengan mengoreksikan setiap skor item dengan skor total. Untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisoner. Syarat minimum untuk dianggap valid adalah r hitung $>$ r tabel dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=0.05$). Berikut hasil perhitungan r_{xy} sebagaimana hasil yang dapat dilihat pada tabel bawah ini.

Variabel	Indikator	Koefisien korelasi	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,642	0,361	Valid
	X1.2	0,674	0,361	Valid
	X1.3	0,589	0,361	Valid
	X1.4	0,747	0,361	Valid
	X1.5	0,698	0,361	Valid
Persepsi Harga (X2)	X2.1	0,856	0,361	Valid
	X2.2	0,795	0,361	Valid
	X2.3	0,827	0,361	Valid
	X2.4	0,647	0,361	Valid

Lokasi (X3)	X3.1	0,622	0,361	Valid
	X3.2	0,684	0,361	Valid
	X3.3	0,627	0,361	Valid
	X3.4	0,840	0,361	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1.1	0,518	0,361	Valid
	Y1.2	0,411	0,361	Valid
	Y1.3	0,414	0,361	Valid
	Y1.4	0,477	0,361	Valid

3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Dengan alat statistik SPSS untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α) dari masing-masing instrument dalam variabel. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Bila alpha $< 0,60$ maka dinyatakan tidak reliabel dan sebaliknya dikatakan reliabel. maka suatu pengukuran dapat dipercaya. Berikut kesimpulan hasil reliabilitas kuisioner dengan output SPSS dapat dilihat pada tabel berikut :

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,681	0,600	Reliabel
Persepsi harga (X2)	0,786	0,600	Reliabel
Lokasi (X3)	0,678	0,600	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,666	0,600	Reliabel

3.3 Uji Multikolinieritas

Dalam penelitian ini pengujian multikolinieritas dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Model regresi bebas multikolinieritas adalah mempunyai nilai VIF yang tidak lebih dari 10 dan mempunyai angka tolerance kurang dari 0.10. dapat di simpulkan tidak terjadi multikolinieritas Berdasarkan pengujian dengan SPSS diperoleh hasil analisis sebagai berikut :

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
KP (X1)	.316	3.169
PH (X2)	.290	3.446
L (X3)	.283	3.533

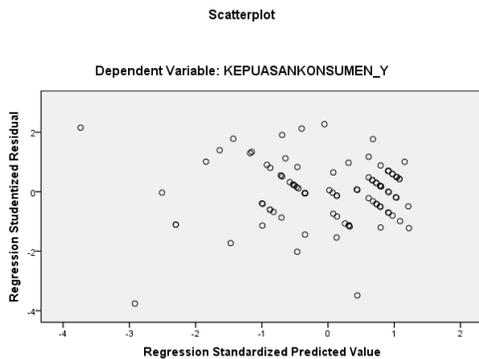
a. Dependent Variable : KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Berdasarkan tabel nilai VIF (Variance Inflation Factor) dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelayanan (X1), Persepsi Harga (X2) dan Lokasi (X3) tidak terjadi multikolinieritas karena setiap variabel mempunyai nilai tolerance $< 0,10$ dan nilai VIF < 10 .

3.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menunjukkan ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED, di mana sumbu Y adalah Y yang telah di prediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di standardrized. Apabila pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur

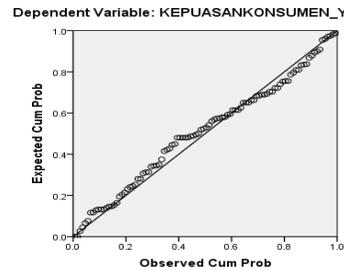
(Bergelombang, Melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik mnyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengujian pada heteroskedastisitas ini dapat dilihat dari gambar berikut ini:



3.5 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui data variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas menggunakan teknik analisis Kolmogorov-Smirnov (K-S) berdasarkan nilai signifikansi hitungunya (Asymp. Sig. (2-tailed)) dengan menggunakan software SPSS. Data variabel penelitian dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai Asymp. Sig. (2- tailed) lebih besar dari taraf signifikansi (α) = 0,05, sebaliknya jika 63 nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih kecil dari taraf signifikansi (α) = 0,05 maka data variabel penelitian dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan analisis data penelitian gambar 4.3 diketahui bahwa penyebaran data searah dengan sumbu diagonal, sehingga disimpulkan bahwa dari keseluruhan data variabel tersebut dapat digunakan analisis regresi gambar P-Plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati grafik diagonal sehingga disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.6 Uji Asumsi Regresi

Berdasarkan penelitian ini analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan (X1), persepsi harga (X2) dan lokasi (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y), persamaan regresi linier berganda yang didapat dari hasil pengolahan data adalah sebagai berikut:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.633	1.548		1.055	.294
KUALITASPELAYANAN_X1	.419	.103	.386	4.067	.000
PRESEPSIHARGA_X2	.268	.091	.290	2.930	.004
LOKASI_X3	.289	.120	.241	2.404	.018

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN_Y

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dibuat model persamaan regresi linier diinterpretasikan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = (a \ 1.633) + 0.419 X_1 + 0.268X_2 + 0.289X_3$$

Keterangan:

Y. = Variabel dependen (kepuasan Konsumen)

a. = Parameter constant menunjukkan angka sebesar 1.633

b₁. = Koefisien regresi kualitas pelayanan, menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0.419

b₂ = Koefisien regresi persepsi harga, menunjukkan pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 0.268

b₃ = Koefisien regresi lokasi, menunjukkan pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen.0.289

B = Konstanta

X₁ X₂ X₃ = Variabel Independen yang terdiri dari kualitas pelayanan (X₁), persepsi harga (X₂), lokasi (X₃)

3.7 Pengujian Secara Parsial (uji T)

Pengujian hipotesis secara parsial ini digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan dari masing-masing variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X₁), persepsi harga (X₂), dan lokasi (X₃) terhadap kepuasan konsumen (Y) dikatakan berpengaruh apabila sig < 0,05. Kriteria sebagai berikut :

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.633	1.548		1.055	.294
KUALITASPELAYANAN_X1	.419	.103	.386	4.067	.000
PRESEPSIHARGA_X2	.268	.091	.290	2.930	.004
LOKASI_X3	.289	.120	.241	2.404	.018

a. Dependent Variable: KEPUASANKONSUMEN_Y

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan tabel diatas, untuk mencari nilai t_{tabel} yaitu sebagai berikut: df = n – k

Keterangan :

n = Banyaknya sampel
 k = jumlah variabel yang diteliti (variabel bebas dan variabel terikat) sehingga nilai $df = 100 - 4 = 96$ dengan nilai signifikan (α) 5% diketahui nilai t sebesar 1,66088. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$

Berikut tabel 4.8 diatas dapat diketahui hasil uji hipotesis secara parsial dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,067 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,067 > 1,6608$) dengan tingkat signifikansi 0,000 kurang dari (0,05) maka nilai t diperoleh signifikan. Maka menunjukkan bahwa H_1 yang berbunyi, kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial maka H_a diterima.
2. Variabel persepsi harga (X2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,930 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,930 > 1,6608$) dengan tingkat signifikansi 0,004 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 2,404 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,404 > 1,6608$) dengan tingkat signifikansi 0,018 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.

3.8 Pengujian Secara Simultan

Analisa ini digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan konsumen. Dalam Febriana, 2015:41) Sarwono dan Edy mengatakan bahwa dalam pengujian uji F menggunakan dua cara dengan membandingkan nilai taraf Signifikan (Sig) dengan hasil perhitungan dengan taraf signifikan $< (0.05)$ dan membandingkan besarnya nilai F penelitian dengan F tabel. Berikut Hasil uji hipotesis secara simultan dalam penelitian ini sebagai berikut :

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.516	3	1.504	24.041	.000 ^a
	Residual	1.566	25	.063		
	Total	6.082	28			

a. Predictors: (Constant), LOKASI_X3, KUALITASPELAYANAN_X1, PRESEPSIHARGA_X2

b. Dependent Variable: KEPUASANKONSUMEN_Y

Berdasarkan tabel di atas untuk mencari nilai F tabel yaitu :

Jumlah variabel bebas (k) = 3

Jumlah sampel (n) = 100

$df_1 = dk \text{ pembilang} = k = 3$

$df_2 = dk \text{ penyebut} = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$

Berdasarkan tabel F pada (α) diketahui F tabel dengan df pembilang = 3 dan df penyebut = 96 adalah sebesar 2,70. Nilai F hitung > F tabel dapat disimpulkan bahwa

Pada Tabel 4.9 besarnya nilai signifikansi adalah 0,000 berarti < 0,05 dan F_{hitung} sebesar 24,041. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X_1), Persepsi Harga (X_2), dan Lokasi (X_3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Nilai F hitung sebesar 24.041 > F tabel sebesar 2,70 dan signifikan sebesar 0,00. Jadi dapat disimpulkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi secara bersama – sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen pada Diskuupi.

3.9 Koefisien Determinasi

Imam Ghozali (2012 : 105) menyatakan determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dan nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat sebagai berikut :

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.862 ^a	.743	.712	.250	2.018

a. Predictors: (Constant), LOKASI_X3, KUALITASPELAYANAN_X1, PRESEPSIHARGA_X2

b. Dependent Variable: KEPUASANKONSUMEN_Y

Berdasarkan tabel 4.10 hasil nilai R menunjukkan angka sebesar 0,862 yang berarti kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi menjelaskan terjadinya kepuasan konsumen di Diskuupi Cafe. Sedangkan nilai r^2 menunjukkan angka 0,743 yang berarti 74,3% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi dan sisanya 25,7 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4. Pembahasan

Dari hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan Demikian semakin tinggi atau besarnya perhatian Diskuupi Cafe Surabaya atas pentingnya kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi semakin tinggi atau besar pula kepuasan di Diskuupi Cafe Surabaya yang dirasakan konsumen. Yang paling dominan di antara 3 variabel adalah variabel kualitas pelayanan dengan nilai t hitung sebesar 0,419 dan nilai signifikan 0,000. Maka dari hasil penelitian ini dibuktikan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi termasuk variabel yang menentukan kepuasan konsumen Diskuupi Cafe Surabaya. Mengingat kualitas pelayanan , persepsi harga dan lokasi mempunyai peran penting dalam memperhatikan kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan penulis tentang Kualitas Pelayanan, persepsi harga dan lokasi dapat disimpulkan bahwa

Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen di Diskuupi Cafe Surabaya. Hasil dari responden menyatakan bahwa indikator kualitas pelayanan dan Pengaruh variabel tersebut adalah positif hal ini berarti semakin bagus memberikan Kualitas Pelayanan maka konsumen akan merasa puas.

Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen di Diskuupi Cafe Surabaya. Hasil dari responden menyatakan bahwa indikator kualitas pelayanan dan Pengaruh variabel tersebut adalah positif hal ini berarti semakin terjangkau harga yang diberikan maka konsumen akan melakukan pembelian ulang dan konsumen akan merasa senang.

Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen di Diskuupi Cafe Surabaya. Hasil dari responden menyatakan bahwa indikator Lokasi dan Pengaruh variabel tersebut adalah positif hal ini berarti semakin mudah dijangkau dan aman maka konsumen akan nyaman untuk berujung ke lokasi.

Terdapat variabel yang paling dominan diantara 3 variabel adalah variabel kualitas pelayanan dengan nilai t hitung sebesar 4,067 dan nilai signifikan 0,000 karena kualitas pelayanan dalam berbisnis adalah hal yang paling utama semakin kita memberikan kualitas

yang baik kepada konsumen dan membuat konsumen akan merasa puas.

6. Saran

Dalam penelitian ini penulis memberikan saran kepada pihak-pihak yang berkepentingan yaitu :

Bagi Diskuupi Cafe Surabaya :

Hasil dari penelitian diketahui bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

1. Dilihat dari hasil penelitian variabel yang paling dominan adalah Kualitas pelayanan maka Diskuupi Cafe Surabaya sudah memberikan pelayanan yang baik. manajemen Diskuupi Cafe Surabaya hendaknya selalu mengoptimalkan kemampuan karyawan dalam melayani konsumen dan harus membekali karyawan dengan pelatihan agar menambah kemampuan dan pengetahuan karyawan dalam melayani konsumen.
2. Lokasi pada Diskuupi Cafe Surabaya sudah strategis. Jalan utama

yang mudah di ketahui konsumen dan dekat dengan universitas, sekolah yang menunjang keuntungan. Dan sebaiknya di beri lahan parkir yang luas supaya konsumen nyaman jika memarkir kendaraannya.

3. Diskuupi Cafe Surabaya sebaiknya mempertahankan harga yang ditetapkan, jika ada kenaikan harga hendaknya disesuaikan dengan kualitas bahan yang di pakai.

Bagi Akademisi:

Untuk penelitian selanjutnya disarankan memperbanyak jumlah sampel agar mendapatkan hasil yang memuaskan dan dapat menambah atau mengkombinasikan variabel-variabel lain yang belum di uji dari variabel yang digunakan pada penelitian ini yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti brand image, promosi.

7. Daftar Pustaka

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. *Manajemen Pemasaran Cet. Ke-5*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Antyadika, Bonaventura Efrian. "Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Wong Art Bakery&Cafe Semarang), Skripsi." 2012.
- Daryanto. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran Cet. II*. Bandung: Satu Nusa, 2013.