ARTIKEL PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KOMSUMEN PADA KAFE DI JALAN SIAM KOTA PONTIANAK

Sulaiman[✉], Desty Wana, Heriyanto

Politeknik Negeri Pontianak

Abstrak

Kualitas produk, pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena apabila kualitas produk, pelayanan dan lokasi diberikan dan terpenuhi maka kepuasan konsumen akan meningkat dan akan tercapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak, juga memberikan kualitas produk, pelayanan dan lokasi kepada konsumen baik yang bersifat ekonomis, fasilitas maupun pelayanan. Tetapi, kualitas produk dan pelayanan yang diberikan dirasa kurang oleh konsumennya. Permasalahan adalah "Apakah kualitas produk, pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Lokasi penelitian dilakukan pada kafe di Jalan Siam Kota Pontianak. Dari hasil perhitungan melalui program SPSS 12 diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,426 dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,653. Sementara itu dari tabel *anova* dan *coefficients* diperoleh nilai F hitung sebesar 17,302. Pada signifikan F sebesar 0,000 dan nilai koefisien regresi kualitas produk (B1) sebesar 0,246 dengan nilai t hitung sebesar 2,111 dan koefisien regresi pelayanan (B2) sebesar 0,439 dengan nilai t hitung sebesar 3,425 serta koefisien regresi lokasi (B3) sebesar 0,132 dengan nilai t hitung sebesar 1,284. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk, pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Konsumen

[✉] Alamat korespondensi:

Politeknik Negeri Pontianak

Jl. Ahmad Yani, Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia

E-mail: imansulaiman137@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Bisnis Kafe merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang berkembang dengan pesat walaupun pada masa krisis. Hal ini karena Kafe sudah menjadi *lifestyle* bagi kebanyakan orang dizaman sekarang.

Salah satu alasan munculnya bisnis Kafe di Indonesia adalah karena adanya peluang pasar, mereka tahu dimana kira-kira segmen yang sesuai dengan kafe yang mereka dirikan. Selain itu karena adanya gaya hidup dan perilaku masyarakat urban, masyarakat urban biasanya menganggap Kafe sebagai bagian dari gaya hidup. Kafe yang sudah lama berdiri maupun yang baru dibuka, mereka berusaha untuk mengenalkan atau menawarkan menu-menu baru agar dapat diterima dengan baik oleh para pembeli atau konsumen. Kondisi tersebut akan menimbulkan persaingan antar kafe yang semakin ketat untuk menarik pembeli sebanyak banyaknya.

Perkembangan bisnis Kafe ini disertai dengan semakin banyaknya kedai-kedai yang bermunculan, baik itu kedai biasa maupun restoran *fast food*. Menu dan fasilitas yang ditawarkan pun semakin berkembang, mulai dari tempat yang hanya sekedar untuk menikmati kopi dengan menu sederhana hingga yang menyajikan berbagai macam menu unik dan mewah.

Fenomena yang ditemui yaitu berkembang pesatnya bisnis Kafe di Indonesia dan banyak bermunculan Kafe baru dengan konsep yang berbeda. Ketika banyak bermunculan Kafe baru, ini akan mengakibatkan tingginya tingkat persaingan. Kafe yang tidak kuat akan dengan mudah dikalahkan oleh pesaingnya. Dilihat dari sisi konsumen saat ini, mereka memiliki banyak alternatif varian dan lebih selektif dalam memilih Kafe yang

akan dikunjungi. Ketika konsumen menganggap suatu Kafe tidak memuaskan, maka Kafe tersebut akan sangat mudah untuk ditinggalkan.

Menurut Shabastian & Samuel (2013), seiring dengan berkembangnya zaman, pilihan manusia untuk mengisi waktu luangnya sangat beragam. Sekarang ini banyak yang menghabiskan waktu luangnya dengan pergi ke tempat-tempat hiburan seperti kafe, bioskop, restoran dan juga pusat perbelanjaan. Fenomena seperti ini tampaknya juga terjadi di Kota Pontianak belakangan ini. Kita dapat melihat suatu kebiasaan berkumpul dan bersosialisasi di suatu tempat. Hal tersebut dilakukan baik oleh remaja, maupun dewasa. Tentunya mereka memilih tempat yang nyaman dengan segala sarana dan prasarana yang tersedia, dan kemudian menjadikan tempat tersebut sebagai tempat berkumpul atau *basecamp* bagi kelompok mereka. Hal ini bagi kebanyakan orang sering disebut dengan “nongkrong”.

Fasilitas juga berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktifitas. Konsumen zaman sekarang adalah konsumen kritis dan sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak kafe, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia (Tjiptono, 2006).

Bisnis Kafe di daerah Kota Pontianak saat ini sedang berkembang sangat pesat. Hal ini dapat dilihat

dengan banyaknya Kafe yang bermunculan dikarenakan Kafe sudah menjadi *lifestyle* bagi kebanyakan orang dizaman sekarang. Dengan menyediakan tempat dengan desain interior yang menarik serta menawarkan suasana yang nyaman dan menyenangkan. Meningkatnya perekonomian di Indonesia diikuti dengan peningkatan penghasilan masyarakat, terutama di kota-kota besar dapat merubah gaya hidup masyarakat saat ini menjadi konsumtif. Kafe sendiri berasal dari kata *coffe* yang berarti kopi. Kafe-kafe di kota Pontianak sendiri beragam dan mempunyai keunikan masing-masing. Perkembangan jumlah Kafe di Kota Pontianak tiga tahun terakhir sangat signifikan yakni dari 63 Kafe (2016), bertambah menjadi 96 Kafe (2017) dan bertambah lagi menjadi 149 Kafe (2018). (BPS Kota Pontianak, 2019).

Khususnya untuk kota Pontianak terdapat beberapa Kafe terkesan hidup mati karena tidak siap menghadapi persaingan. Maka dari itu pelaku bisnis harus mampu mempersiapkan strategi yang tepat untuk merebut pasar dan memenangkan persaingan. Kafe yang baru di buka harus semaksimal mungkin untuk mengenalkan menu-menu terbaiknya agar bisa diterima di ditegah-tengah masyarakat umum. Untuk Kafe yang mempunyai usia cukup lama juga harus mampu mempertahankan kesuksesannya apalagi semakin menjamurnya Kafe-kafe baru dengan berbagai jenis konsep dan menu yang ditawarkan mungkin berpotensi untuk menggusur minat para pelanggan yang sudah lama tersebut.

Munculnya berbagai strategi pemasaran yang dilakukan tidak luput dari banyaknya persaingan yang terjadi akhir-akhir ini. Bagusnya peluang bisnis Kafe ini membuat banyaknya Kafe bermunculan di Pontianak. Maka

dari itu, pemilik berfikir keras bagaimana membuat Kafe ini berdiri selangkah lebih kedepan dibanding yang lain. Munculnya berbagai opini pun dirasa dapat menjadi bahan pertimbangan terhadap Kafe ini.

Kualitas produk, banyak kafe-kafe bermunculan yang tentunya membawakan menu beragam. Ini adalah salah satu taktik pemasaran mereka untuk menarik konsumen, apalagi mengingat usaha mereka yang terbilang baru tentunya menu terbaru dan asing adalah langkah awal mereka dalam menggaet konsumen. Maka dari itu, sudah seharusnya kafe di Jalan Siam juga memberikan penawaran produk yang beragam. Munculnya menu-menu baru diharapkan dapat memberikan *service* yang baik bagi konsumen, ini dilakukan agar para pelanggan tetap, tak berpindah ke kafe lain dan tetap merasa nyaman di kafe di Jalan Siam.

Kualitas pelayanan yang buruk akan membuat konsumen tidak betah dan malas untuk mengunjungi ke kafe di Jalan Siam. Begitu sebaliknya, jika pelayanan kafe di Jalan Siam terhadap konsumennya baik, tentunya para konsumen merasa nyaman. Selain pelayanan yang ramah, penampilan diri seseorang karyawan atau *waiters* di suatu tempat kafe juga berpengaruh, mulai dari kerapihan berbusana yang kurang pantas maupun seragam yang digunakan akan menimbulkan kesan buruk bagi konsumen. Pelayanan yang cekatan juga akan berdampak sangat baik bagi konsumen, mereka akan memiliki *feel* yang mana menurut mereka sangat diperhatikan dalam menjadi konsumen di kafe di Jalan Siam.

Faktor lokasi juga mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian. Memilih lokasi yang terletak di keramaian atau mudah di jangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan

sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Komponen yang menyangkut lokasi (Tjiptono, 2001:45) meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah di jangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas pendukung, seperti lahan parkir serta faktor-faktor lainnya.

Kepuasan konsumen juga merupakan hal terpenting untuk diteliti, karena hal ini merupakan salah satu alasan konsumen untuk melakukan pembelian ulang di kafe Di Jalan Siam Pontianak. Apabila kinerja yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa tidak puas sehingga mereka tidak akan melakukan pembelian secara berulang atau bahkan tidak merekomendasikan pada konsumen lain, hal-hal yang buruk sehingga dampaknya akan merugikan perusahaan itu sendiri. Dari hal tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian secara berulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi.

Berdasarkan uraian di atas, maka terlihat bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan demikian, adanya kualitas pelayanan, harga dan lokasi strategis maka diharapkan para konsumen akan merasa puas dan memberikan kontribusi yang positif bagi pihak Kafe Di Jalan Siam.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas peneliti tertarik untuk mengangkat sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Lokasi Terhadap

Kepuasan Konsumen”. (Studi Kasus Pada Konsumen Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak).

METODE

Pelaksanaan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode penelitian *survey*, yaitu merupakan metode pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Dalam hal ini guna menganalisis data yang diperoleh secara mendalam dan menyeluruh, dengan harapan dapat diketahui sejauh mana tingkat pengaruh kualitas produk, pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Cafe di Jalan Siam Kota Pontianak.

Penelitian ini dilaksanakan pada Kafe yang berada di Jalan Siam Kota Pontianak, Kalimantan Barat. Alasan yang melatar belakangi pemilihan lokasi tersebut adalah kualitas produk, pelayanan dan lokasi Cafe di Jalan Siam Kota Pontianak belum pernah diteliti oleh pihak lain yang terkait, terletak di tengah keramaian Kota Pontianak sehingga peneliti memiliki dorongan kuat untuk memilih lokasi penelitian ini.

Dalam penelitian ini pemilihan responden menggunakan pengambilan sampel dengan tehnik *nonprobability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Mengingat tujuan penelitian ini ingin mengetahui pengaruh kualitas produk, pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada cafe di Jalan Siam Kota Pontianak.

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) yang meliputi jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir.

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner/angket pada konsumen atau pelanggan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak.

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji regresi sederhana dan regresi berganda. Regresi sederhana digunakan untuk membuktikan apakah variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan

konsumen pada Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak. Berikutnya adalah uji regresi berganda untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen atau terikat. Dengan kata lain menyatakan bahwa variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
1	Pria	85	85
2	Wanita	15	15
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat dijelaskan bahwa responden atau pelanggan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak Kalimantan Barat sebagian besar adalah pria berjumlah 85 responden (85%) sedangkan 15 nya

lagi dari kalangan wanita yaitu berjumlah 15 responden.

Identitas responden berdasarkan umur pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Umur Responden

No	Kelompok Usia	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
1	<25	45	45
2	26 – 35	35	35
3	36 – 55	14	14
4	>55	6	6
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dijelaskan bahwa responden atau pelanggan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak, Kalimantan Barat yang berusia <25 tahun sebanyak 45 responden (45%), usia 26-35 tahun sebanyak 35 responden (35%), usia 36-55 tahun sebanyak 14 responden (14%) dan usia >55 tahun sebanyak 6 responden (6%). Sehingga dapat

disimpulkan bahwa rata-rata kelompok usia responden atau pelanggan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak, Kalimantan Barat antara <25 tahun dengan tingkat persen sebanyak 45%.

Identitas responden berdasarkan pendidikan pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
1	SD	7	7
2	SMP	16	16
3	SMA	45	45
4	D3	9	9
5	S1	20	20
6	S2	3	3
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat dijelaskan bahwa responden atau pelanggan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak, Kalimantan Barat di dominasi oleh responden yang berpendidikan SMA yaitu sebanyak 45 responden (45%), responden dengan pendidikan SD sebanyak 7 responden (7%), pendidikan SMP sebanyak 16 responden (16%) dan pendidikan D3

sebanyak 9 responden (9%), S1 sebanyak 20 responden (20%) sedangkan responden dengan pendidikan S2 sebanyak 3 responden (3%).

Tanggapan responden mengenai kualitas produk Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak, Kalimantan Barat, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X1)

No	Bobot	Skor	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	35	35
2	Setuju	4	38	38
3	Cukup setuju	3	23	23
4	Tidak setuju	2	2	2
5	Sangat tidak setuju	1	2	2
	Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4 tanggapan responden mengenai kualitas produk yang menjawab sangat setuju sebanyak 35 responden (35%) terhadap kinerja, kehandalan, *conformance*, dan kemampuan pelayanan karyawan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak. Responden menjawab setuju sebanyak 38 responden (38%) terhadap kinerja, kehandalan, *conformance*, dan kemampuan pelayanan karyawan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak dan yang menjawab cukup setuju 23 responden saja (23%) terhadap kinerja, kehandalan, *conformance*, dan kemampuan pelayanan karyawan Kafe

di Jalan Siam Kota Pontianak. Sedangkan responden yang menjawab tidak setuju hanya 2 responden saja (2%) terhadap kinerja, kehandalan, *conformance*, dan kemampuan pelayanan karyawan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak dan sangat tidak setuju yaitu 2 responden saja (2%) terhadap kinerja, kehandalan, *conformance*, dan kemampuan pelayanan karyawan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak.

Tanggapan responden mengenai pelayanan kafe di Jalan Siam Kota Pontianak Kalimantan Barat, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan (X2)

No	Bobot	Skor	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	29	29
2	Setuju	4	60	60
3	Cukup setuju	3	9	9
4	Tidak setuju	2	2	2
5	Sangat tidak setuju	1	0	0
	Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 5, tanggapan responden mengenai pelayanan yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 responden (29%) terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan karyawan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak. Responden menjawab setuju sebanyak 60 responden (60%) terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan karyawan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak, responden menjawab cukup setuju sebanyak 9 responden (9%) terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan

karyawan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak dan yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 responden (2%) terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan karyawan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau nihil (0%) terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan karyawan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak.

Tanggapan responden mengenai lokasi, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Tanggapan Responden Mengenai Lokasi (X3)

No	Bobot	Skor	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	31	31
2	Setuju	4	49	49
3	Cukup setuju	3	17	17
4	Tidak setuju	2	3	3
5	Sangat tidak setuju	1	0	0
Jumlah			100	100

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 6, tanggapan responden mengenai lokasi yang menjawab sangat setuju sebanyak 31 responden (31%) terhadap akses, visibilitas, lalu lintas, fasilitas parkir dan kompetisi Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak. Responden menjawab setuju sebanyak 49 responden (49%) terhadap akses, visibilitas, lalu lintas, fasilitas parkir dan kompetisi Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak. Responden menjawab cukup setuju sebanyak 17 responden (17%) terhadap akses, visibilitas, lalu lintas, fasilitas parkir

dan kompetisi Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak dan yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 responden (3%) terhadap akses, visibilitas, lalu lintas, fasilitas parkir dan kompetisi Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau nihil (0%) terhadap akses, visibilitas, lalu lintas, fasilitas parkir dan kompetisi Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak.

Tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7. Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen (Y)

No	Bobot	Skor	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	39	39
2	Setuju	4	40	40
3	Cukup setuju	3	20	20
4	Tidak setuju	2	1	1
5	Sangat tidak setuju	1	0	0
Jumlah			100	100

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 7, tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen yang menjawab sangat setuju sebanyak 39 responden (39%) terhadap kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan Kafe di Jalan Siam

Kota Pontianak. Responden menjawab setuju sebanyak 40 responden (40%) terhadap kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak. Responden menjawab cukup setuju sebanyak 17 responden

(17%) terhadap kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak dan yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 responden (3%) terhadap kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau nihil (0%) terhadap kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan Kafe di Jalan Siam Kota Pontianak.

Uji Validitas

Menurut Husein Umar (2014:166) uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Uji validitas mengukur apakah pertanyaan/ Pernyataan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Uji yang dilakukan yaitu menggunakan uji korelasi Pearson antara indikator dengan total indikator. Jika nilai signifikan korelasi Pearson $< 0,05$ maka indikator yang diuji dinyatakan valid.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Item	Koefisien Korelasi (r)	Signifikansi	Keterangan
X1.1	0,444	0,000	Valid
X1.2	0,353	0,000	Valid
X1.3	0,542	0,000	Valid
X1.4	0,659	0,000	Valid
X1.5	0,629	0,000	Valid
X1.6	0,485	0,000	Valid
X1.7	0,392	0,000	Valid
X1.8	0,410	0,000	Valid
X1.9	0,382	0,000	Valid
X1.10	0,567	0,000	Valid
X1.11	0,533	0,000	Valid
X1.12	0,559	0,000	Valid
X1.13	0,492	0,000	Valid

Sumber: Hasil Olahan, 2020

Berdasarkan Tabel 8, hasil uji validitas variabel kualitas produk (X1) dapat diketahui bahwa semua item pernyataan X.1-X.13 memiliki nilai signifikan $< 0,05$ sehingga semua item

dinyatakan valid, artinya alat ukur yang digunakan sudah dapat mengukur apa yang seharusnya diteliti. Karena variabel kualitas produk (X) valid maka penelitian ini dapat dilanjutkan.

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan

Item	Koefisien Korelasi (r)	Signifikansi	Keterangan
X2.1	0,583	0,000	Valid
X2.2	0,633	0,000	Valid
X2.3	0,696	0,000	Valid
X2.4	0,579	0,000	Valid
X2.5	0,462	0,000	Valid
X2.6	0,469	0,000	Valid
X2.7	0,515	0,000	Valid
X2.8	0,510	0,000	Valid
X2.9	0,388	0,000	Valid
X2.10	0,486	0,000	Valid
X2.11	0,505	0,000	Valid
X2.12	0,497	0,000	Valid

Sumber: Hasil Olahan, 2020

Berdasarkan tabel 4.9, hasil uji validitas variabel pelayanan (X₂) dapat

diketahui bahwa item pernyataan memiliki nilai signifikansi $< 0,05$

sehingga item X2.1-X2.12 dinyatakan valid, artinya alat ukur yang digunakan sudah dapat mengukur apa yang

seharusnya diteliti. Karena variabel harga (Y) valid maka penelitian ini dapat dilanjutkan.

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Varibel Lokasi (X3)

Item	Koefisien Korelasi (r)	Signifikansi	Keterangan
X3.1	0,222	0,026	Valid
X3.2	0,578	0,000	Valid
X3.3	0,771	0,000	Valid
X3.4	0,757	0,000	Valid
X3.5	0,767	0,000	Valid
X3.6	0,715	0,000	Valid
X3.7	0,669	0,000	Valid
X3.8	0,309	0,002	Valid

Sumber: Hasil Olahan, 2020

Berdasarkan tabel 10 hasil uji validitas variabel lokasi (X3) dapat diketahui bahwa semua item pernyataan memiliki nilai signifikansi $<0,05$ sehingga item 3.1-3.8 dinyatakan valid,

sehingga alat ukur yang digunakan sudah dapat mengukur apa yang seharusnya diteliti. Karena variabel lokasi (X3) valid maka penelitian ini dapat dilanjutkan.

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Varibel Kepuasan Pelanggan (Y)

Item	Koefisien Korelasi (r)	Signifikansi	Keterangan
Y.1	0,433	0,000	Valid
Y.2	0,562	0,000	Valid
Y.3	0,707	0,000	Valid
Y.4	0,771	0,000	Valid
Y.5	0,751	0,000	Valid
Y.6	0,718	0,000	Valid
Y.7	0,617	0,000	Valid
Y.8	0,409	0,000	Valid

Sumber: Hasil Olahan, 2020

Berdasarkan tabel 11 hasil uji validitas variabel kepuasan pelanggan (Y) dapat diketahui bahwa semua item pernyataan memiliki nilai signifikansi $<0,05$ sehingga item Y.1-Y.10 dinyatakan valid, sehingga alat ukur yang digunakan sudah dapat mengukur apa yang seharusnya diteliti. Karena variabel Kepuasan Pelanggan (Y) valid maka penelitian ini dapat dilanjutkan.

Uji Reliabilitas

Ghozali (2011:47) reabilitas sebenarnya adalah alat mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji yang dilakukan menggunakan uji realibilitas *Cronbach's Alpha*. Jika nilai Alpha lebih besar $>0,6$ maka disimpulkan variabel yang diuji reliabel.

Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas (X1,X2,X3,Y)

Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Item	Keterangan
X1	0,747	13	Reliabel
X2	0,775	12	Reliabel
X3	0,771	8	Reliabel
Y	0,773	8	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan, 2020

Berdasarkan hasil uji realibilitas instrumen dengan menggunakan aplikasi statistik IBM SPSS Versi 23.0 pada tabel 12 diatas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* $>0,60$ pada semua variabel yaitu X1, X2, X3 dan Y

sehingga ketiga variabel tersebut sudah dikatakan reliabel, artinya analisis dapat dilanjutkan.

Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati

normal (Husein Umar, 2014:181). Uji yang digunakan adalah menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*. Jika nilai signifikansi dari uji *Kolmogorov-Smirnov* >5%, maka residual berdistribusi normal.

Tabel 13. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.52000036
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.045
	Negative	-.038
Kolmogorov-Smirnov Z		.450
Asymp. Sig. (2-tailed)		.987

Sumber: Hasil Olahan, 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan aplikasi statistik IBM SPSS Versi 23.0 pada Tabel 13 di atas diperoleh nilai uji *Kolmogorov-Smirnov* >0,05 yaitu 0,987 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian statistik untuk menguji apakah di dalam sebuah model regresi

terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Widarjono, dalam Ong dan Sugiarto, 2013: 7). Uji yang digunakan untuk melihat adanya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan Uji Glejser. Jika probabilitas signifikansi variabel independen >0,05, maka bisa disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

Tabel 14. Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.730	.478		1.526	.132
	x1.rata2	.246	.116	.239	2.111	.038
	x2.rata2	.439	.128	.388	3.425	.001
	x3.rata2	.132	.102	.149	1.284	.203

Sumber: Hasil Olahan, Tahun 2020

Berdasarkan tabel 14 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel kualitas produk (X_1) 0,038, variabel pelayanan (X_2) 0,001, dan variabel lokasi (X_3) 0,203 sehingga dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas hanya pada variabel Lokasi (X_3) 0,203 karena memiliki nilai sig >0,05

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi (Husein Umar, 2014:177).

Tabel 15. Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.730	.478		1.526	.132		
	x1.rata2	.246	.116	.239	2.111	.038	.640	1.562
	x2.rata2	.439	.128	.388	3.425	.001	.640	1.562
	x3.rata2	.132	.102	.149	1.284	.203	.606	1.652

Sumber: Hasil Olahan, 2020

Berdasarkan tabel 15 di atas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) memiliki hasil nilai tolerance $>0,1$ (0,640) dengan uji VIF <10 yaitu 1,562, variabel Kualitas Produk (X_2) memiliki hasil nilai tolerance $>0,1$ (0,640) dengan uji VIF <10 yaitu 1,562 dan variabel Lokasi (X_3) memiliki hasil nilai tolerance $>0,1$ (0,606) dengan uji VIF <10 yaitu 1,652. Maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak mengalami multikolinearitas.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Parsial (Uji Statistik t), dan Uji Signifikansi Simultan (Uji f). Berikut hasil uji hipotesis dibawah ini:

Tabel 16. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.653 ^a	.426	.401	.24025

Sumber: Hasil Olahan, 2020

Berdasarkan Tabel 16 di atas, nilai *R Square* adalah 0,426. Jika dilihat nilai *R Square* 0,426 di atas artinya variabel terikat yaitu kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, pelayanan dan lokasi sebesar 42,6%. Sehingga sisanya sebesar 57,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar pada penelitian ini.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2011: 42). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu dari variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai adjusted R^2 dianggap bernilai nol.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk, pelayanan dan lokasi secara simultan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Jika nilai signifikansi $<0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Priyatno, 2013: 48).

**Tabel 17 Uji Simultan (Uji f)
ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.996	3	.999	17.302	.000 ^a
	Residual	4.040	70	.058		
	Total	7.036	73			

a. Predictors: (Constant), x3.rata2, x1.rata2, x2.rata2

b. Dependent Variable: y.rata2

Hasil perhitungan tabel 17 di atas didapat nilai F_{hitung} 17,302 dan nilai F_{tabel} 2,70 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini berarti nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $sig < 0,05$ sehingga dapat

disimpulkan bahwa H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh secara bersamaan (simultan) antara variabel Kualitas Produk, Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 18. Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.730	.478		1.526	.132
	x1.rata2	.246	.116	.239	2.111	.038
	x2.rata2	.439	.128	.388	3.425	.001
	x3.rata2	.132	.102	.149	1.284	.203

Sumber: Hasil Olahan, 2020

Berdasarkan hasil pengujian regresi tentang pengaruh kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai Sig. sebesar 0,038 dengan nilai koefisien beta 0,246. Nilai Sig.

0,038 $< 0,05$ mengindikasikan bahwa H_1 diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe di Jalan Siam Kota Pontianak.

Tabel 19. Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.730	.478		1.526	.132
	x1.rata2	.246	.116	.239	2.111	.038
	x2.rata2	.439	.128	.388	3.425	.001
	x3.rata2	.132	.102	.149	1.284	.203

Sumber: Hasil Olahan, 2020

Berdasarkan hasil pengujian regresi tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai Sig sebesar 0,038 dengan nilai koefisien beta 0,246. Nilai Sig. $0,001 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} pelayanan 3,

425 lebih besar dari t_{tabel} 1,984 mengindikasikan bahwa H_2 diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe di jalan Siam Kota Pontianak.

Tabel 20. Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.730	.478		1.526	.132
	x1.rata2	.246	.116	.239	2.111	.038
	x2.rata2	.439	.128	.388	3.425	.001
	x3.rata2	.132	.102	.149	1.284	.203

Sumber: Hasil Olahan, 2020

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sementara lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Melalui hasil penelitian ini diketahui bahwa kualitas produk, pelayanan dan lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen walaupun dengan nilai yang kecil, maka diharapkan Cafe di Jalan Siam Kota Pontianak mampu meningkatkan lagi kualitas produk dan pelayanan untuk

dapat memahami tingkat keinginan konsumen yang lebih tinggi.

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk menjadi bahan acuan untuk peneliti selanjutnya, selain itu diharapkan peneliti selanjutnya mampu menentukan item-item penelitian yang mampu menguak lebih dalam tentang pengaruh nyata antara pengaruh kualitas produk, pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsume, serta menggunakan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen, misalnya penetapan harga, testimoni orang lain, strategi pemasaran dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2003, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Chandra, Filicia dan Theresia Widyaratna Danny, 2001, "Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Tingkat Penjualan di Warung Bu Kris", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 3, Vol. 2: 85-95.
- Cooper, Donald R & C William Emory. 1996. *Metodologi Penelitian Bisnis Jilid 1 Edisi kelima*. Jakarta : Erlangga
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM*
- Kotler, Philip dan Kevin Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*, PT.Indeks, Jakarta
- Lina Sari Situmeang (2017), *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*.
- Lupiyoadi R. 2013. *Manajemen Pemasaran*
- Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Nur Wulandari. (2013), *Pengaruh Kualitas Produk, Kualtias Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopi Kita Semarang*.
- Sugiyono, 2012, *Statistika Untuk Penelitian*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, 2015, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru
- Suliyanto, 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. ANDI,
- Tjijtono, Fandy. 2012. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset
- William. J Stanton (2014:139), *Customer Behavior (Third Edition)*. New York: Jhon
- Yineu Nur Layaalin (2017), *Pengaruh Kualitas pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Family Karaoke Yogyakarta*.