

KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI USAHA BERPENGARUH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CS ME CAFÉ & RESTO CIWIDEY

(The quality of service and business location influence CS Me Café & Resto Ciwidey customer satisfaction)

Fatrah Subarkah¹ Isniar Budiarti²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia

fatrahsubarkah7@gmail.com

isniarbudiarti@gmail.com

ABSTRACT

The development of business industry nowadays is more increase and stricter, causing tough competition in getting the target. This kind of culinary business has been a very rapid developing business. Culinary business will keep growing along with the desires and the needs of the customer itself. The quality of service supports to build strong relation with the customer. These kinds of relationship enable the company to understand customer's expectation and their needs, so that the company might be able to improve the customer's satisfaction. Besides the quality of service, business location also becomes important thing to reach the customer satisfaction.

The purpose of this research is to determine the influences of service quality and business location towards CS Me Café & Resto customers satisfaction. Sampling method which is used for this research is saturation sampling consisting 100 respondents. Analysis methods of this research are using the description and verification analysis consisting of multiple linear regression analysis. Product moments correlation analysis and determination coefficient are used to measure the influence of service quality and business location towards the customer's satisfaction.

The result of this research shows that the influences of service quality and business location towards CS Me Café & Resto customers satisfaction are positive and significant. From this research, the writer also found that business location variable as a dominant variable in influencing customers satisfaction. It shows that the truths of all hypotheses in this research are proven.

Keywords: *Service Quality, Business Location and Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Persaingan usaha yang semakin keras, memaksa setiap perusahaan bisnis untuk terus bersaing dan juga bertahan dengan tepat memilih strategi yang akan dijalankan oleh perusahaan. Perusahaan yang perlu di dukung oleh strategi bisnis yang tepat dalam menghadapi persaingan tidak hanya perusahaan besar, namun terlebih lagi perusahaan menengah ke bawah yang banyak berkembang belakangan ini perlu di dukung strategi bisnis yang baik.

Makanan merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan, manakala kegiatan pariwisata selalu membutuhkan kebutuhan primer atau makanan, kebiasaan manusia yang selalu tak bisa berhenti makan. Jargon “*eating and tourism always go hand in hand*” diantaranya dibuktikan dari keberadaan berbagai fasilitas pendukung pariwisata seperti restoran, cafe atau warung kaki lima. Tapi ketika kegiatan makan dibalut dalam suatu bentuk wisata, lahirlah mengenai hal tersebut. Bentuk wisata yang berhubungan kental dengan semangat makanan ini lebih dikenal sebagai wisata kuliner. kuliner berasal dari kata *cuisine* atau produk yang berhubungan masak-memasak dan *gastronomy* pola konsumsi, sehingga kuliner dapat diartikan bahwa praktek keinginan yang berbasis pada makanan.

Salah satu bisnis kuliner yang turut meramaikan persaingan bidang usaha kuliner di daerah Ciwidey yaitu Cs Me Café & Resto, sebuah café & resto yang menawarkan variasi makanan dan lokasi yang dikhususkan sebagai tempat berkumpul kaula muda baik yang tinggal atau yang sedang berkunjung ke daerah wisata Ciwidey.

Hal ini tidak terlepas dari pola konsumsi makan atau minum konsumen yang menginginkan tersedianya hidangan yang beraneka ragam yang memperoleh layanan baik atau sesuai dengan yang apa yang diharapkan pelanggan. Sementara itu, suasana yang ditawarkan oleh masing-masing tempat makan dapat memuaskan kebutuhan spiritual akan keindahan dan kenyamanan. Tempat-tempat seperti ini akan dicari dan akan selalu didatangi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut.

Secara ekstrem pelayanan tidak dapat di pisahkan dengan kebutuhan manusia. Hal ini dapat diartikan bahwa, pelayanan lengkap dalam pembelian produk fisik. Penyajian layanan yang berkualitas dibutuhkan suatu strategi untuk tetap sukses dalam sengitnya persaingan saat ini. Layanan merupakan suatu kegiatan yang memberikan manfaat dan kepuasan yang akan ditawarkan kepada konsumen. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai bentuk kesamaan antara pelayanan yang dihasilkan perusahaan dengan tingkat harapan yang harapkan konsumen.

Menurut pendapat Kotler dan Armstrong, 2012 dalam Bailia, *et al.*(2014:1770). Secara garis besar, ada dua kemungkinan dalam hal lokasi yang strategis untuk perusahaan jasa. Pertama, konsumen berkunjung ke lokasi perusahaan jasa atau produk dan yang kedua adalah perusahaan jasa yang mendatangi konsumen. Selain itu, perusahaan jasa dimungkinkan menggabungkan keduanya. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan jangka panjang terhadap beberapa sifatnya yang kapital intensif, karena itu perusahaan jasa harus mempertimbangkan, dan memilih lokasi yang strategis terhadap kemungkinan perubahan siklus ekonomi, geografis, budaya, persaingan dan peraturan pemerintah.

Sebagai usaha kuliner, CS Me Cafe & Resto dikelola pada kepentingan dan kepuasan pelanggan yang terdiri dari pelanggan mau itu domestik maupun wisatawan. Suatu bidang kuliner dilengkapi dengan berbagai macam layanan guna mendukung keberhasilan dalam suatu kualitas pelayanan dan pemilihan lokasi yang strategis.

Berdasarkan pada uraian diatas terhadap masalah yang ada, maka penulis mengajukan dengan judul “**Kualitas pelayanan dan lokasi usaha berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CS Me Café & Resto Ciwidey**”.

Tujuan Penelitian

Pada latar belakang masalah maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap Kualitas Pelayanan pada CS Me Café & Resto.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap Lokasi Usaha pada CS Me Café & Resto.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap Kepuasan Pelanggan pada CS Me Café & Resto.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Usaha terhadap Kepuasan Pelanggan pada CS Me Café & Resto secara simultan dan parsial.

Manfaat Penelitian

Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan manfaat bagi perkembangan Ilmu bisnis atas kinerja seseorang atau perusahaan dengan menggunakan teori yang ada. Bahan bagi peneliti lainnya tentang kinerja karyawan yang nantinya dapat ditindak lanjuti bahkan dilakukan pada penelitian yang berbeda terhadap masalah-masalah lain yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan lokasi usaha berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut pendapat Kotler dalam Januar Efendi Panjaitan (2016) kualitas pelayanan merupakan salah satu cara kerja perusahaan jasa yang berusaha untuk memperbaiki

kinerja secara berkelanjutan terhadap servis yang dihasilkan perusahaan.

Menurut pendapat Tjiptono (2008: 281) dalam Tri Hari Koestanto (2014) bahwa Terdapat 5 macam utama perusahaan jasa yaitu sebagai berikut:

1. Reliability (kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan memberikan pelayanan terhadap pelanggan dengan apa yang dijanjikan.
2. Responsiveness (daya tanggap), adalah keinginan perusahaan untuk memberi bantuan para konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat.
3. Assurance (jaminan), yaitu jaminan mencakup etika dan sopan santun yang dapat dipercaya dimiliki semua karyawan, terbebas dari bahaya, atau keraguraguan.
4. Empathy (perhatian), adalah kemudahan untuk menjalin ikatan relasi dengan pelanggan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas apa yang dibutuhkan oleh pelanggan
5. Tangibles (bukti fisik), adalah meliputi fasilitas yang dimiliki perusahaan, perlengkapan yang disediakan, dan sarana umum.

Lokasi Usaha

Lokasi menurut pendapat Kotler (2008:51) dalam Imelda Yuliana (2016:3) merupakan Salah satu kunci menuju sukses merupakan lokasi. Keputusan ini sangat bergantung terhadap pertumbuhan ekonomi daerah perusahaan itu berada.

Menurut Kotler (2009:84) dalam Imelda Yuliana (2016:6) ada beberapa indikator dalam lokasi usaha yaitu sebagai berikut:

1. Akses, misalnya lokasi yang dilalui kendaraan pribadi atau mudah untuk di jangkau kendaraan umum.
2. Visibilitas, adalah lokasi atau tempat yang mudah dilihat dari berbagai sudut pandangan mata normal.
3. Lalu lintas (traffic), ada dua macam, yaitu:
 - a. Banyaknya orang yang ada di jalan sekitar perusahaan itu berada memberikan peluang besar terhadap terjadinya pembelian, atau bisa disebut keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, dan atau tanpa melalui beberapa rintangan.
 - b. Banyaknya orang dan kemacetan lalu lintas mengakibatkan pembelian secara spontan.
4. Tempat parkir yang cukup luas, nyaman, dan aman, baik itu untuk kendaraan kecil maupun besar.
5. Lingkungan, adalah daerah sekitar yang mendukung produk atau jasa yang ditawarkan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut pendapat Kotler dan Keller (2009:138-139) dalam Ai Lili Yuliaty (2016) bahwa kepuasan merupakan wujud senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan terhadap produk yang diperoleh (atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya. Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan pelayanan yang dirasakan dengan pelayanan yang diharapkan.

Menurut pendapat Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101) indikator dari kepuasan pelanggan yaitu:

1. Kesesuaian Harapan
adalah tingkat kesesuaian terhadap kualitas perusahaan yang diberikan oleh perusahaan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, yaitu :
 - Kualitas produk yang diterima sesuai atau melebihi dengan apa yang diinginkan pelanggan.
 - Layanan yang diberikan perusahaan apakah sesuai atau melebihi apa yang diinginkan pelanggan
 - Fasilitas yang disediakan perusahaan apakah sesuai atau melebihi apa yang dibutuhkan pelanggan.
2. Minat berkunjung kembali
adalah kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, yaitu :
 - Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh perusahaan cukup baik.
 - Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
 - Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas yang diberikan perusahaan sesuai dengan apa yang diharapkan.
3. Kesiediaan merekomendasikan
adalah kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dikonsumsi kepada orang lain, yaitu :
 - Menyarankan orang lain untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan karena pelayanan yang baik.
 - Menyarankan orang lain untuk membeli produk perusahaan yang ditawarkan karena fasilitas yang diberikan perusahaan sesuai dengan yang dibutuhkan.
 - Menyarankan orang lain untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

KERANGKA PEMIKIRAN

Pelanggan merupakan bagian penting dalam bisnis, tanpa ada pelanggan tidak akan ada proses perdagangan dan bisnis lainnya, tugas utama perusahaan menciptakan pelanggan. Untuk mendapatkan pelanggan baru, para pebisnis atau perusahaan harus mengeluarkan biaya yang cukup besar, hal tersebut mereka lakukan demi mendapatkan pelanggan baru, perusahaan tidak mungkin terus menerus mengeluarkan uang yang cukup besar untuk menciptakan pelanggan baru, oleh karena itu perusahaan atau pengusaha berusaha sebaik-baiknya untuk merawat pelanggan mereka, karena para pengusaha menyadari betapa pentingnya pelanggan bagi kelangsungan usaha mereka.

Untuk menjaga para pelanggan perusahaan harus melakukan beberapa hal yang dapat mengikat hati pelanggan, salah satunya melalui kualitas pelayanan terbaik bagi pelanggan, pelayanan terbaik tentu harus memahami kebutuhan dan keinginan para pelanggan. Sehingga pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan tepat sasaran.

Selain kualitas pelayanan juga terdapat faktor lain yang mendukung kepuasan pelanggan yaitu faktor lokasi, dikarenakan faktor lokasi sangat berpengaruh karena memiliki peran bagi pelaku bisnis. Lokasi yang di pilih oleh sebuah perusahaan sebaiknya mempertimbangkan tempat yang strategis dengan pelanggannya, atau pun dengan ketersediaan bahan baku bagi perusahaan. pelanggan cenderung akan memilih lokasi usaha yang mudah dijangkau oleh para pelanggan itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui pengaruh atau hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan verikatif, Unit analisis dalam penelitian ini adalah CS Me Café & Resto Ciwidey, Teknik yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik sampling jenuh. Teknik sampel ini digunakan karena jumlah populasinya relatif kecil yaitu pelanggan yang mengunjungi kafe dalam satu bulan sebanyak 100 pelanggan. Metode analisis yang digunakan merupakan analisis regresi berganda dengan menggunakan pengujian statistik uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, uji koefisien determinasi, uji hipotesis dan program spss 21 for windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan penulis untuk tujuan menganalisis hubungan yang linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan kata lain untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap kepuasan pelanggan. Dalam perhitungannya, penulis menggunakan perhitungan komputerisasi yaitu dengan menggunakan media program komputer yaitu SPSS for windows.

Berikut merupakan perhitungan regresi linear berganda secara komputerisasi menggunakan SPSS for windows :

$$Y = 2,376 + 0,175 X_1 + 0,296 X_2 + \varepsilon$$

Y	= Kepuasan Pelanggan
X ₁	= Kualitas Pelayanan
X ₂	= Lokasi Usaha
ε	= Variabel yang tidak diteliti

Dari persamaan linier berganda diatas dapat dilihat besarnya konstanta adalah 2,376 artinya apabila kualitas pelayanan dan lokasi usaha bernilai 0, maka kepuasan pelanggan akan tetap bernilai 2,376. Kemudian koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,175 yang bernilai positif artinya untuk setiap pertambahan kualitas pelayanan sebesar satu maka nilai tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,175. Sedangkan koefisien regresi variabel lokasi usaha sebesar 0,296 yang bernilai positif artinya untuk setiap pertambahan lokasi usaha sebesar satu maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,296. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa ketiga variabel mempunyai

hubungan linier. Tanda (+) pada koefisien regresi berarti setiap kenaikan dengan nilai 1 pada X1 dan X2 akan menyebabkan kenaikan nilai pada Y begitupula sebaliknya. Hal ini sesuai dengan teori menurut Wahid Sulaiman (2004:80), pengertian regresi linear berganda adalah: “Jika suatu variabel dependen bergantung pada lebih dari satu variabel independen, hubungan kedua variabel disebut analisis regresi berganda (multiple regression)”.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan penulis untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	2,72567924
Most Extreme Differences	Absolute	,107
	Positive	,088
	Negative	-,107
Kolmogorov-Smirnov Z		1,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,204

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel diatas didapatkan nilai signifikansi dari nilai absolut residual adalah 0,204. Dikarenakan nilai signifikansi 0,204 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas digunakan penulis bertujuan untuk menguji apabila model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah model yang bebas dari masalah heterokedastisitas (homokedastisitas). Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas menggunakan uji Rank Spearman adalah dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (error) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

Korelasi Secara Parsial antara Kualitas Pelayanan dengan kepuasan Pelanggan

Korelasi secara parsial antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan didapatkan hasil korelasi sebesar 0,529 berdasarkan interval koefisien (0,05 - 0,75), tingkat keeratan korelasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berada pada tingkat hubungan korelasi kuat.

Korelasi Secara Parsial antara Lokasi Usaha dengan Kepuasan Pelanggan

Korelasi secara parsial antara lokasi usaha dengan kepuasan pelanggan didapatkan hasil korelasi 0,667 berdasarkan interval koefisien (0,5 – 0,75) hubungan antara lokasi usaha dengan kepuasan pelanggan berada pada tingkat hubungan korelasi kuat.

Korelasi Secara Simultan antara Kualitas Pelayanan dan Lokasi Usaha terhadap Kepuasan Pelanggan

Korelasi secara simultan antara kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap kepuasan pelanggan didapatkan hasil korelasi 0,720 berdasarkan interval koefisien (0,05 – 0,75), korelasi antara kualitas pelayanan dan lokasi usaha dengan kepuasan pelanggan berada pada tingkat hubungan korelasi kuat.

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan penulis bertujuan untuk mengetahui peranan semua variabel bebas atas nilai variabel tidak bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R²). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat.

Uji Hipotesis

Pengujian Secara Parsial (Uji - t)

Digunakan untuk menguji variabel bebas memiliki hubungan signifikan atau tidak dengan variabel terikat secara individual untuk setiap variabel, yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dan lokasi usaha terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.

Pengujian Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan.

didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 3,821. Apabila menggunakan taraf signifikansi sebesar 5%, maka dari tabel distribusi t didapat nilai t_{tabel} untuk $df = (\alpha/2 ; n-k-1) = 0,05 / 2 ; 100 - 2 - 1 = (0,025 ; 97)$ yaitu 1,661. Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,821 > 1,661$) dan $sig (0,000 < 0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada CS Me Cafe & Resto Ciwidey.

Dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima, karena nilai t_{tabel} berada pada daerah penolakan H_0 atau lebih besar dari t_{hitung} . Yang artinya, variabel independen mempengaruhi variabel dependen karena memiliki nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CS Me Café & Resto Ciwidey. Hasil penelitian ini sesuai dengan kesimpulan menurut Januar dan Ali (2016: 285) Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengujian Lokasi Usaha terhadap Kepuasan Pelanggan

didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel lokasi usaha (X_2) sebesar 6,921. Menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi t didapatkan nilai t_{tabel} untuk $df = (\alpha/2 ; n-k-1) = 0,05/2 ; 100 - 2 - 1 = (0,025 ; 97)$ yaitu 1,661. Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,921 > 1,661$) dan sig ($0.000 < 0.05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi usaha terhadap kepuasan pelanggan pada CS Me *Cafe & Resto* Ciwidey.

Dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima, karena nilai t_{hitung} berada pada daerah penolakan H_0 atau lebih besar dari t_{tabel} . Yang artinya, variabel independen mempengaruhi variabel dependen karena memiliki nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CS Me *Cafe & Resto* Ciwidey. Hasil penelitian ini sesuai Imam dan Heru (2016: 16) bahwa mood dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa. Lokasi atau tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian kepada para pelanggan dan dimana lokasi yang strategis.

Uji Hipotesis

Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Pengujian simultan atau Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh seluruh variabel bebas (kualitas pelayanan dan lokasi usaha) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan). Menurut (Sugiyono, 2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi Product Moment atau dikenal dengan rumus Pearson.

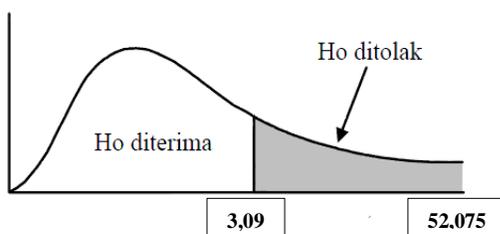
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	789,719	2	394,860	52,075	,000 ^b
	Residual	735,503	97	7,583		
	Total	1525,223	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Lokasi Usaha, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan table diatas didapatkan nilai f_{hitung} sebesar 52,075. Menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi F didapat nilai f_{tabel} untuk $df1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$ dan untuk $df2 = n - k = 100 - 3 = 97$ sehingga didapat f_{tabel} (2 ; 97) sebesar 3,09. Dikarenakan $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($52,075 > 3,09$) dan sig ($0.000 < 0.05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap kepuasan pelanggan pada CS Me *Cafe & Resto* Ciwidey.



Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 52,075 berada pada daerah penolakan H_0 yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CS Me *Cafe & Resto*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Fatchur dan Tri (2014: 14) bahwa Kualitas layanan adalah permulaan dari kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas, apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Begitu juga lokasi merupakan mood dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi. Mood dan respon inilah yang nantinya bisa memunculkan kepuasan atau ketidakpuasan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas pelayanan dan lokasi usaha pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan pada CS Me *Cafe & Resto*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan responden selaku pelanggan pada CS Me *Cafe & Resto* Ciwidey mengenai variabel kualitas pelayanan tergolong pada kategori “Baik”. Dengan kata lain kemampuan para karyawan pada CS Me *Cafe & Resto* Ciwidey dalam memberikan pelayanan dinilai sudah baik dimata para pelanggannya. Dari lima indikator, skor tertinggi berada pada indikator “Empati” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “Daya Tanggap”. Hasil penelitian menunjukkan kemampuan sebagian karyawan pada CS Me *Cafe & Resto* Ciwidey dalam menangani masalah dan keluhan para pelanggan dirasa masih kurang dan perlu ditingkatkan lagi.
2. Tanggapan responden selaku pelanggan pada CS Me *Cafe & Resto* Ciwidey mengenai variabel lokasi usaha tergolong pada kategori “Baik”. Dengan kata lain kemampuan pihak CS Me *Cafe & Resto* Ciwidey dalam pemilihan lokasi usaha dinilai sudah baik. Dari enam indikator, skor tertinggi berada pada indikator “Lingkungan” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “Akses”. Hasil penelitian menunjukkan ternyata masih ada beberapa masalah yang perlu dibenahi pihak CS Me *Cafe & Resto* Ciwidey salah satunya untuk masalah akses, lahan parkir dan pesaing di lokasi usahanya tersebut.
3. Tanggapan responden selaku pelanggan pada CS Me *Cafe & Resto* Ciwidey mengenai variabel kepuasan pelanggan tergolong pada kategori “Baik”. Dengan kata lain kemampuan pihak CS Me *Cafe & Resto* Ciwidey memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dinilai sudah baik. Dari tiga indikator, skor tertinggi berada pada indikator “Minat Berkunjung Kembali” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “Merekomendasikan Kembali”. Hasil penelitian menunjukkan masih ada beberapa hal yang perlu dibenahi salah satunya mengenai produk atau pelayanan jasa yang diberikan pihak CS Me *Cafe & Resto* Ciwidey yang cenderung masih biasa dan tidak ada peningkatan dimata para pelanggannya.

4. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa:
- Secara parsial kualitas pelayanan pada CS Me *Cafe & Resto* Ciwidey berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
 - Secara parsial lokasi usaha berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada CS Me *Cafe & Resto* Ciwidey.
 - Secara bersama-sama (simultan) kualitas pelayanan dan lokasi usaha berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada CS Me *Cafe & Resto* Ciwidey.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis mencoba memberikan saran kepada pihak yang berkaitan maupun pihak lainnya sebagai bahan pertimbangan yaitu sebagai berikut :

- Kualitas pelayanan pada CS Me Café & Resto sudah cukup baik, Namun adapun hal yang disarankan kepada CS Me Café & Resto untuk lebih ditingkatkan lagi pelayanan yang diberikan kepada pelanggan salah satunya dengan cara karwayan pada CS Me Café & Resto mengikuti pelatihan-pelatihan pelayanan yang diadakan oleh lembaga-lembaga terkait guna memberikan pengalaman atau ilmu yang lebih kepada karyawan agar kualitas pelayanan pada CS Me Café & Resto lebih baik. Dan selain itu pemilik juga harus bisa mengevaluasi usahanya tersebut untuk lebih baik lagi.
- Untuk variabel lokasi usaha indikator yang paling lemah yaitu akses menuju CS Me Café & Resto, terdapat hal yang disarankan agar pihak CS Me Café & Resto lebih aktif dan banyak bekerja sama dengan pihak-pihak yang khususnya pada jasa transportasi umum seperti travel, pariwisata agar bisa menjalin hubungan yang saling menguntungkan dan tentunya lahan parkir juga harus memadai agar hubungan yang dijalin bisa berjalan baik.
- Kepuasan pelanggan sudah cukup baik, pada variabel ini indikator yang paling lemah yaitu merekomendasikan kembali, harus lebih dekat dengan pelanggan guna mengetahui apa yang mereka inginkan saat ini dan selalu membuat inovasi baru, atau event-

event agar pelanggan tidak merasa bosan atau jenuh untuk berkunjung ke CS Me Café & Resto.

- Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap kepuasan pelanggan pada CS Me Café Resto terbilang baik, pada kondisi ini seharusnya bisa dimanfaatkan untuk lebih oleh pihak CS Me Café & Resto untuk menarik pelanggan baru dengan cara menjalin hubungan dengan komunitas-komunitas atau promo-promo yang bisa menarik pengunjung agar CS Me Café & Resto lebih siap menghadapi pesaing-pesaing lainnya yang mungkin akan bertambah banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Fachur Rachman, 2014. Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 3 No. 11 (2014)
- Imam Haromain, 2016. Pengaruh Kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Ahhas Z618. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* : Volume 5, Nomor 5, Mei 2016.
- Imelda yuliana.2016. Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal ilmu dan riset manajemen: volume 5, nomor 6.*
- Januar Efendi Panjaitan. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang. *DeReMa Jurnal Manajemen* Vol. 11 No. 2, September 2016.
- Kotler, Philip & Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid I, edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas. Jakarta: PT Indeks.
- Tri Hari Koestanto, 2014. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bank Jatim Klampis Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 3 No. 10 (2014).
- Fandy Tjiptono, 2002. *Manajemen Jasa*. Cetakan II. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. 2005. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta. 2009.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.