

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, LOKASI DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CAFE KOLONG**

(Studi Kasus Pada pelanggan Cafe Kolong)

Oleh :

Endah Maulida Aldariati Putri

NIM. 13.10.411.141

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan secara simultan dan parsial. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel 100 orang responden. Adapun sifat dari penelitian adalah penjelasan (*explanatory*). Hasil uji yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan fasilitas mampu menjelaskan variasi yang terjadi terhadap kepuasan pelanggan pada *Cafe Kolong* Jember. Masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada *Cafe Kolong* Jember.

Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, lokasi, fasilitas dan kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Formulation of the problem in this study is how the influence of service quality, price, location, and facility on buying decision at Cafe Kolong. The research objective was to determine and analyze the effect of the influence of service quality, price, location, and facility on the buying decision. The study was conducted at consumer of Cafe Kolong. This type of quantitative descriptive study using purposive sampling method with a sample of 100 respondents. Compatibility test results obtained indicate that the variable service quality, price, location, and facility can explain the variations that occur in buying decision at Cafe Kolong. Each variable has positive and significant impact on buying decision at Cafe Kolong.

Key words: *service quality, price, location, and facility and buying decision*

1. Latar Belakang

Persaingan tidak hanya terbatas secara regional (daerah tertentu) dan nasional saja, namun sudah secara global. Hal ini, mengakibatkan semakin banyak variabel – variabel yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis. Bisnis merupakan suatu kegiatan / aktivitas yang dikerjakan oleh perusahaan untuk mencari keuntungan atau nilai tambah. Saat ini perkembangan bisnis sudah semakin tinggi. Berbagai macam bidang usaha berkembang di Indonesia seperti bisnis property, bisnis dibidang *event organizer*, bisnis dibidang *tour and travel* dan yang paling banyak ditemui adalah bisnis dibidang kuliner.

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang menjadi salah satu pilihan para pebisnis untuk dijalankan karena memiliki prospek yang baik. Dapat dilihat dengan semakin menjamurnya berbagai macam jenis bisnis di bidang kuliner mulai dari warung makanan dipinggir jalan, cafe – cafe hingga resto – resto besar yang tetap ramai dikunjungi pengunjung. Artinya adalah persaingan yang terjadi diantara pebisnis kuliner itu sendiri akan semakin ketat pula, sehingga memaksa mereka untuk memutar otak lebih keras lagi menyiapkan strategi yang tepat demi memenangkan persaingan di pasar. Banyak hal yang harus dipersiapkan oleh perusahaan yang ingin terjun ke dunia bisnis ini. Kesiapan

perusahaan dalam melengkapi persaingan bisnis nantinya akan dapat dilihat dari bertahan atau tidaknya bisnis yang dijalankannya.

Perkembangan jaman saat ini juga membuat masyarakat cenderung memiliki kesibukan dan mobilitas yang tinggi. Mereka umumnya lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah untuk mengisi waktu luang, berkumpul bersama keluarga dan teman atau hanya sekedar bersantai melepaskan kepenatan di tengah kesibukan mereka. Cafe tentunya memberikan keunggulan tersendiri dalam memberikan penawarannya untuk dapat menarik minat konsumen. Cafe dinilai tidak hanya menawarkan makanan dan minuman saja, tetapi juga menawarkan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya. Tidak heran bila para pengunjungg cafe bisa menghabiskan waktu berjam-jam berada disana.

Cafe berasal dari bahasa Perancis yang berarti minuman kopi. Namun seiring perkembangannya, cafe tidak hanya sebuah kedai yang menjual makanan dan minuman saja tetapi juga menjual beraneka macam

makanan dan minuman. Keberadaan cafe seolah sudah menjamur dan dapat ditemui dimana –mana dengan berbagai konsep seperti cafe bergaya rumahan, bergaya klasik hingga bergaya modern. Makanan dan minuman yang ditawarkan pun beragam dari mulai aneka *dessert*, makanan ringan, makanan utama dan tentu saja berbagai macam olahan minuman yang sebagian besar berbahan kopi.

Situasi sector cafe/coffe shop di Indonesia dapat dikenali melalui tiga karakteristik :

1. Jenis usaha cafe/coffee shop yang tergantung pada jenis pelanggan tertentu, misalnya cafe yang mewah dan dikunjungi secara rutin oleh kelompok konsumen tertentu yang berpenghasilan tinggi.
2. Kebanyakan usaha cafe/coffee shop yang dikunjungi oleh pelanggan tetap dengan interval kunjungan yang jarang frekuensinya.
3. Sebagian besar masyarakat Indonesia tidak mengenal budaya mengunjungi cafe/coffee shop, sisanya hanya mengenali sedikit,

sedikit tertarik namun tidak mau mengkonsumsinya. Kelompok ini merupakan kelompok yang paling sulit untuk disasar.

Cafe Kolong merupakan salah satu cafe yang terkenal di Jember. Cafe yang muncul dengan ide Johannes Kris Astono pada April 2010. Cafe Kolong terletak di bawah jembatan jalan Mastrip, jalan yang mengarahkan ke Kampus Universitas Jember. Keberadaannya yang unik dan letaknya di dekat kampus, are kos-kosan mahasiswa membuat cafe kolong selalu ramai dikunjungi. Walau letaknya dibawah jembatan terdapat jalan turun yang mudah dilewati, apalagi bagi yang membawa kendaraan pribadi, lokasi parkirnya memadai.

Cafe Kolong menggunakan dua kolong jembatan, kolong yang satu terdapat panggung mini untuk beberapa pertunjukan seperti music, stand up dan lain-lainnya. Kolong yang satu lagi digunakan bagi mereka yang ingin bersantai. Ada juga kursi yang mengelilingi meja Barista, dimana beberapa pecinta kopi sedang berkumpul. Menu yang ditawarkan kebanyakan adalah jenis

makanan ringan seperti kentang, lumpia, roti bakar dan lainnya. Aneka olahan minuman juga dijual disini, ada capucinno, ice blender, dan minuman yang berbahan dasar kopi. Meskipun bermunculan berbagai macam cafe di kota Jember, namun Cafe Kolong tetap bertahan dan memiliki pelanggan setia. Di Jember sendiri sudah banyak ditemui cafe/coffe shop dengan berbagai konsep dan menu yang ditawarkan. Berikut daftar shop yang terdapat di sekitar Kampus di Jember.

Tabel 1.1
Daftar nama Cafe/Coffe shop di
Jember

No	Nama Cafe	Alamat Café
1.	Cafe Kolong	Dibawah Jembatan jalan Mastrip, Jember
2.	Anglo Cafe	Jalan Semeru, Jember
3.	Coffe Toffe	Jalan Trunojoyo, Jember
4.	Kontjo Lawas	Jalan Sumatra,

	Jember
--	--------

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Daftar di atas merupakan beberapa Cafe di Jember, dari data tersebut dapat terlihat bahwa Cafe di Kota Jember telah menjamur. Cafe – cafe tersebut menawarkan berbagai menu yang berbeda – beda dengan khas yang dimiliki masing – masing Cafe. Penelitian ini dilakukan di Cafe Kolong yang berada di bawah jembatan jalan mastrip, jember.

Tabel 1.2

Data Penjualan Beberapa Cafe di Jember, Periode 2016

N o	Nama Café	Omset (Rp)
1.	Café Kolo ng	720.000.0 00
2.	Angl o Café	405.000.0 00
3.	Coffe Toffe	360.000.0 00
4.	Kontj o Lawa	230.000.0 00

	s	
--	---	--

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa omset Cafe Kolong tertinggi. Hal tersebut menandakan perkembangan Cafe Kolong bahwa setiap harinya semakin meningkatnya omset yang diperoleh. Adanya kualitas pelayanan yang diberikan Cafe Kolong terhadap pembelinya dengan ramah dan cepat tanggap. Selain itu, banyak masyarakat Jember yang mengetahui Cafe Kolong, bahkan bukan hanya konsumen masyarakat Jember saja melainkan dari kota lain maupun negara lain.

Maraknya bisnis kuliner mengharuskan para pelaku bisnis membuat usahanya tampil berbeda sehingga menarik konsumen untuk berkunjung dan dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya. Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan oleh konsumen. Dalam hal ini strategi – strategi pemasaran sangat berperan penting.

Harga dinilai sebagai faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam memutuskan pembelian konsumen tentu akan mencari tau harga dan membeli produk yang harganya paling sesuai dengan kemampuan membelinya. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk dan jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler, 2006). Perusahaan harus benar-benar menyadari peran harga untuk menentukan sikap konsumen. Cafe Kolong sebagai salah satu Cafe di Jember yang terletak di bawah kolong jembatan di Jalan Mastrip, mematok harga yang relatif terjangkau yaitu berkisar antara Rp5.000,- Rp15.000. Strategi ini dilakukan agar produk dapat dinikmati dari berbagai kalangan, mulai dari pegawai kantoran, mahasiswa, hingga murid sekolah.

Lokasi juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Menurut Jeni Raharjani (2005), strategi lokasi atau tempat adalah salah satu determinan penting

dalam menentukan perilaku konsumen. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis di suatu kawasan yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat juga mudah dijangkau oleh konsumen. Hal ini akan turut mempengaruhi keberlangsungan dari usaha tersebut. Pada usaha kuliner, strategi lokasi merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan karena sebelum memutuskan untuk berkunjung, konsumen tentu akan mempertimbangkan juga lokasi dari tempat tersebut.

Menurut Tjiptono (2006), dengan fasilitas yang baik maka dapat membentuk persepsi di mata pelanggan. Di sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa di mata pelanggan dan menyatakan bahwa apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan

jasanya tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa. Selain itu perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian (Ariyanto, 2016)

Faktor utama yang tidak kalah penting menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian adalah kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2011 : 331) pada prinsipnya kualitas jasa dalam hal ini adalah kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan kebutuhan yang kuat dengan pelanggan. Apabila kualitas pelayanan semakin baik, ditunjukkan dengan pelayanan yang handal, memiliki daya tanggap, memiliki jaminan pelayanan dan empati (rasa perhatian) yang lebih, maka

pelanggan akan puas. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta dampak pelayanan terhadap populasi sasaran (Nurul, 2012).

Ketiga faktor diatas dinilai dapat mempengaruhi kelangsungan hidup suatu perusahaan karena berhubungan dengan kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh konsumen. Hal ini penting untuk memperkirakan keinginan dan harapan pelanggan agar kualitas pelayanan yang disediakan bisa memberikan kepuasan optimal sehingga pelanggan percaya terhadap Cafe Kolong dan dapat memperluas lokasi Cafe yang pada akhirnya dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Hipotesis Penelitian

Ada 4 hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan
3. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan
4. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

2. METODE PENELITIAN

3.1 Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai variasi antar satu orang dengan yang lain atau obyek dengan obyek yang lain (Sugiyono, 2014). Penelitian ini menguji dua variabel variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), harga (X2), lokasi (X3), dan fasilitas (X4) sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y).

a. *Variable Independent/* Variabel Tidak Terikat

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) Lokasi (X3) dan Fasilitas (X4). Definisi operasional masing-masing variabel tersebut sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013:216) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Indikator kualitas pelayanan terdiri dari :

- a. Bukti langsung
- b. Daya tanggap
- c. Kehandalan
- d. Jaminan

2.Harga (X2)

Menurut Tjiptono (2008) mengatakan harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Indikator harga terdiri dari :

- a. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan yang diberikan.
- b. Kesesuaian tingkat harga yang terjangkau oleh daya beli masyarakat.
- c. Perbandingan harga yang mampu bersaing dengan pesaing.

- d. Harga sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh pelanggan.

3.Lokasi (X3)

Menurut Kotler (2007) mengatakan suatu ruang dimana berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan.

Indikator lokasi terdiri dari :

- a. Akses, misalnya lokasi mudah dijangkau sarana transportasi.
- b. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- c. Lalu lintas di sekitar lokasi (*traffic*), menyangkut dua pertimbangan utama berikut : banyaknya orang yang lalu – lalangbisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulse buying*, dan kepadatan dan kemacetan lalu – lintas bisa pula menjadi hambatan.
- d. Lingkungan disekitar yang nyaman.

4.Fasilitas (X4)

Fasilitas menurut Tjiptono (2006), sumberdaya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.

Indikator fasilitas terdiri dari :

- a. fasilitas parkir, tempat parkir yang luas, aman, dan nyaman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- b. Adanya fasilitas untuk nongkrong yang nyaman.
- c. Tempat makan dan minuman yang bersih
- d. Adanya fasilitas hiburan

b.Variable dependent/ Variabel terikat

Variabel ini sering disebut dengan variable output, kriteria dan konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variable terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014).

Variable dependent/ Terikat dalam penelitian ini yaitu:

- a. Kepuasan Pelanggan (Y1)

Kepuasan pelanggan adalah penilaian bahwa fitur produk atau jasa itu sendiri memberikan tingkat

pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan, termasuk tingkat *under-fulfillment* dan *over-fulfillment* (Tjiptono dan Chandra, 2007). Secara umum harapan pelanggan adalah keyakinan pelanggan apa yang akan diterima bila ia membeli di Cafe Kolong. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah daya tanggap pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan pelanggan pelanggan Cafe Kolong.

Indikator kepuasan pelanggan terdiri dari :

- a. Perasaan yang timbul dari pelanggan dalam memilih Cafe Kolong sebagai tempat nongkrong.
- b. Kesesuaian kualitas pelayanan yang diberikan dengan harapan dari pelanggan Cafe Kolong.
- c. Secara keseluruhan konsumen merasa puas terhadap kualitas pelayanan, harga, dan lokasi di Cafe Kolong.

3.2 Desain Penelitian

Dalam merancang suatu penelitian, dikenal penelitian eksploratoris dan konklusif, dimana penelitian konklusif dapat diklasifikasikan lagi atas penelitian diskriptif dan kausal. Jika dilihat dari variabelnya yaitu variabel bebas dan terikat, penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas bertujuan mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dan terikatnya. Menurut (Sugiyono, 2014) dengan kata lain penelitian kausalitas mempertanyakan masalah sebab akibat.

Sebagaimana dijelaskan dalam pendahuluan, secara umum tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka penelitian ini termasuk jenis penelitian kausalitas yang menjelaskan hubungan kualitas pelayanan, harga, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

Datanya adalah data kuantitatif, penelitian ini menggunakan alat Analisis Regresi Linier Berganda.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu sebagai berikut :

1. Data Primer

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh sendiri dari penelitian yang menggunakan kuisioner dalam pengumpulan datanya (Sugiyono, 2014). Data primer dalam penelitian ini, diperoleh dengan cara melakukan penyebaran kuisioner kepada pelanggan Cafe Kolong.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan di usahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti (Sugiyono, 2014). Data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian.

3.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Sugiyono (2010:115) mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah Konsumen Cafe Kolong.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah populasi yang dijadikan objek atau subjek dalam penelitian. Sugiyono (2010:116) menyatakan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Dalam pengambilan sampel penelitian sampel penelitian harus benar-benar *representative*, artinya sampel yang diambil harus dapat mewakili keseluruhan jumlah populasi yang ada. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden

2.5 Skala Pengukuran

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang

diberi skor sebagai berikut (Sugiyono, 2014) :

- a. Sangat Setuju (Skor 5)
- b. Setuju (Skor 4)
- c. Kurang Setuju (Skor 3)
- d. Tidak Setuju (Skor 2)
- e. Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

3. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial, semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan ketiga variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin baik kualitas pelayanan, harga, lokasi dan fasilitas maka mengakibatkan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Hasil tersebut sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel pelayanan sebesar 0,268 dengan arah positif dan hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh

pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (4,148) > t tabel (1,661) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Artinya bahwa pelayanan yang meliputi Pelayanan yang diberikan *Cafe Kolong* dianggap baik dan memuaskan serta sesuai dengan harapan konsumen. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Oldy Ardana (2011) yang menyatakan ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

b. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel harga sebesar 0,276. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (4,778) >

t tabel (1,661) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa harga yang meliputi adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas layanan di *Cafe Kolong*, semakin baik harga yang ditawarkan maka akan memberikan dampak besar terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Kolong. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Iriyanti (2016), yang menyatakan ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

c. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel lokasi sebesar 0,136. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,048 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,003) > t tabel (1,661) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya

pengaruh positif signifikan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa lokasi yang meliputi Lokasi *Cafe Kolong* mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Widiastato (2011), yang menyatakan ada pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

d. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel fasilitas sebesar 0,132. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,005 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,861) > t tabel (1,661) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif signifikan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa Area parkir di *Cafe Kolong* lancar memadai untuk parkir roda dua maupun roda empat. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Ariyanto (2016),

yang menyatakan ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Pengujian secara bersama-sama diperoleh kesimpulan bahwa Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3), dan Fasilitas (X_4) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Cafe Kolong Jember. Pengujian secara parsial diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di *Cafe Kolong Jember*, semakin baiknya pelayanan yang diberikan akan berdampak pada semakin meningkatnya kepuasan pelanggan.
2. Variabel Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap

Kepuasan Pelanggan (Y) di *Cafe Kolong Jember*, jika harga yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Variabel Lokasi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di *Cafe Kolong Jember*, jika lokasi semakin strategis akan berdampak pada semakin meningkatnya kepuasan pelanggan.

Variabel Fasilitas (X_4) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di *Cafe Kolong Jember*, jika fasilitas yang diberikan memuaskan kebutuhan konsumen hal itu dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

5.2 Saran

1. Bagi perusahaan

Adapun yang perlu diperhatikan oleh *Cafe Kolong Jember*, dan *Cafe-café* lainnya yang ada di jember harus memperhatikan terkait aspek-aspek yang mengacu pengisian kuesioner oleh pelanggan, karena hasil kuisisioner ini dapat membantu kedepannya, yaitu meliputi:

1. Pelayanan

Pelayanan yang meliputi Pelayanan yang diberikan *Cafe Kolong* baik dan memuaskan serta sesuai dengan harapan konsumen.,namun dalam hal menyajikan makanan dan mempersiapkan makanan terkadang mengalami keterlambatan jadi perlu adanya persiapan dan kesigapan ekstra dalam hal menyiapkan menu makan dan minum ke pengunjung.

2. Fasilitas

Fasilitas yang disediakan oleh *Cafe Kolong* sangatlah baik dan mampu memenuhi kepuasan pelanggan, namun untuk fasilitas suara musik perlu adanya perbaikan lagi dengan menghadirkan musik yang *up to date, familiar*, dan enak di dengar sehingga membuat konsumen merasa nyaman dan tingkat kepuasan konsumen bertambah.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil uji koefisien determinasi penelitian ini juga menunjukkan masih ada variabel-variabel lain yang harus diperhatikan dalam penelitian ini. Penelitian-penelitian lebih lanjut, hendaknya mengganti objek karena

masih banyak objek lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Irawan, Handi, 2003. *Indonesian Customer Satisfaction*. Jakarta : PT. ElexMedia Komputindo.

Imam, G 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro.

Imam G, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS21*. Edisi 7. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip, 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas.

Kotler, Philip, 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Edisi Kedua belas Jilid 1*. Jakarta : Erlangga,

Lupiyoadi, R, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*. Jakarta : Salemba Empat.

Lupiyodi, R, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teoridan Praktik*. Jakarta : Salemba Empat.

Qomariah, Nurul, 2012, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan(Studi pada Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur)*. Jurnal Aplikassi

Manajemen. Vol. 2.No. 1 Hal.
177 – 187.

Rangkuti, Freddy, 2003.***Measuring
Customer Satisfscation***.Jakarta : PT
Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono, 2012. ***Metode Penelitian
Kuantitatif, Kualitatif dan R&B***.
Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2014. ***Metode Peneltian
Bisnis***. Cetakan ke-18. CV Alfabeta,
Bandung.

Supranto, J, 2006. ***Pengukuran
Tingkat Kepuasan Pelanggan
Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar***.
Jakarta : Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy 2008. ***Strategi
Bisnis Pemasaran***. Yogyakarta :
Andi

Tjiptono, Fandy 2011. ***Service,
Quality and Satisfaction (Edisi
4)***.Yogyakarta : Andi