

**PENGARUH LOKASI,HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA STASIUN CAFE BALUNG
(Studi Kasus Pada Stasiun Cafe Balung Jember)**

Ifan fawzy
ifanfawzy123@gmail.com
Universitas Muhammadiyah
Jember

Seno Sumowo
seno@unmuhjember.ac.id
Universitas
Muhammadiyah jember

Nur Saidah
nursaidah@unmuhjember.ac.id
Universitas Muhammadiyah
Jember

ABSTRACT

Peluang usaha adalah sebuah kesempatan untuk menjalankan sebuah bisnis untuk mendapatkan sebuah keuntungan dengan cara menerapkan strategi yang telah ditetapkan..Salah satu peluang usaha yang banyak di jumpai adalah Bisnis café,eksistensi bisnis café menjadi salah satu bisnis yang berkembang pesat di era globalisasi dan membuat persaingan bisnis di bidang industri cafe menjadi tantangan tersendiri bagi pemilik usaha di Indonesia. Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan dalam menjalankan bisnis café antara lain yaitu penetapan lokasi,penetapan harga dan pelayanan yang baik.Dari ketiga faktor tersebut apabila dapat terealisasikan maka dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.Kepuasan pelanggan menjadi kunci utama serta menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis usaha. Penelitian menggunakan metode Analisis Regresi Linier Berganda dengan variabel bebas yaitu Lokasi,harga dan pelayanan serta variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan dengan sampel sebanyak 100 responden menggunakan kuesioner dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis Lokasi tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sedangkan hipotesis harga dan pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Saran yang diberikan yaitu Harga dan pelayanan harus di pertahankan dan ditingkatkan Kembali agar meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : Lokasi,Harga,Pelayanan dan kepuasan konsumen

1. PENDAHULUAN

Peluang usaha adalah sebuah kesempatan untuk menjalankan sebuah bisnis untuk mendapatkan sebuah keuntungan dengan cara menerapkan strategi yang telah ditetapkan. Kesempatan berusaha yang terbuka lebar ini tidak boleh dilewatkan oleh mereka yang memiliki jiwa berwirausaha. Seorang pengusaha baik pengusaha muda ataupun pengusaha yang sudah lama berkecimpung dalam dunia bisnis ketika ia akan memanfaatkan peluang usaha yang ada pada waktu tertentu. Seorang pengusaha perlu memiliki pemikiran yang matang agar usahanya dapat berjalan sesuai yang diinginkan. Adapun faktor lainnya juga harus diperhatikan seperti faktor internal dan juga eksternal.

Faktor internal yang dimaksud adalah sebuah minat dan bakat yang dimiliki seseorang. Ketika memanfaatkan peluang usaha maka harus memperhatikan faktor internal yang dimiliki. Apakah pelaku usaha memiliki bakat dan minat untuk menjalankan kegiatan usaha yang telah dipilih. Disisi lain faktor eksternal juga penting dalam menjalankan suatu usaha karena faktor eksternal ini datang dari luar diri misalnya lingkungan sekitar apabila pelaku usaha mampu memanfaatkan dan menganalisa lingkungan sekitar dengan cermat maka jalanya suatu usaha tersebut akan menjadi

berkembang kedepannya.

Berdasarkan beberapa faktor tersebut salah satu peluang usaha yang berkembang sangat pesat di daerah desa Balung Kabupaten Jember adalah bisnis cafe. Eksistensi cafe di daerah desa Balung menjadi pemandangan atau tujuan khususnya bagi anak-anak muda atau kaum milenial. Menurut Marsum (2005) cafe adalah sajian dan penyuguhan suasana santai atau tidak resmi, selain itu juga merupakan suatu tipe dari restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk di dalam dan di luar.

Pada saat ini usaha yang bergerak dalam bentuk cafe berkembang sangat marak di daerah Balung. Hal ini dapat dilihat dari jumlah cafe yang ada di daerah tersebut baik dalam skala kecil ataupun skala besar. Bahkan sering kali dijumpai dalam satu lokasi yang berdekatan terdapat dua atau lebih cafe dengan skala usaha yang sama dan juga dengan daftar menu yang kurang lebih sama. Dengan adanya situasi dan kondisi persaingan yang semakin ketat antar cafe, pemilik usaha tidak harus menjual produknya saja tetapi juga harus mempunyai kemampuan untuk memasarkan usahanya. Pemilik cafe juga harus dapat memahami selera dan perilaku masyarakat yang menjadi konsumen, selain itu mengetahui situasi dan kondisi interlan

usahanya

Menjamurnya bisnis yang serupa menjadikan adanya persaingan yang sangat kompetitif, karena hampir setiap bulan selalu bermunculan kedai kopi atau café dengan mengusung konsep yang sama.

Hal tersebut membuat stasiun café harus mempunyai kiat atau strategi-strategi pemasaran tertentu. Dalam menyusun strategi pemasaran, saat ini sudah didukung dengan adanya teknologi. Teknologi yang terus berkembang tentunya harus bisa dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk di jadikan salah satu strategi untuk lebih mengembangkan usahanya. Perkembangan teknologi ini dapat membantu para pengusaha kedai kopi untuk lebih memajukan dan mengembangkan bisnisnya dengan melakukan promosi dalam jaringan atau lewat Internet, adapun cara lainya dengan cara membuat pada konsumen atau pelanggan merasa nyaman seperti melakukan pelayanan dengan baik memiliki harga yang relatif terjangkau dan juga tempat yang nyaman adapun beberapa faktor tersebut apabila terrealisasikan maka dapat membantu usaha stasiun café menjadi berkembang dan bersaing.

2. KERANGKA TEORITIS

Definisi Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2009),

manajemen pemasaran adalah sebuah ilmu atau ajaran yang mempelajari tentang tata cara pemilihan dan memperoleh target pasar, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan dengan menciptakan serta menyampaikan dan mengkomunikasikan keunggulan suatu nilai kepada pelanggan.

Orang-orang pemasaran memasarkan 10 tipe entitas, barang, jasa, acara, pengalaman, orang, tempat, properti (hak kepemilikan), organisasi, informasi dan ide.

Lokasi

Menurut Nugroho dan Paramita,(2009) Suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen. Sejalan dengan semakin menjamurnya bisnis atau usaha yang menawarkan produk atau jasa yang sejenis, perbedaan yang sangat tipis sekalipun pada lokasi dapat berdampak kuat pada pangsa pasar dan kemampuan sebuah usaha. Disamping itu, keputusan pembelian suatu lokasi juga mencerminkan komitmen jangka panjang, perusahaan dalam hal keuangan, karena merubah lokasi yang buruk kadangkala sulit dilakukan dan sangat mahal.

Harga

Menurut Tjiptono (2006), secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan

suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu.

Pelayanan

Pengertian pelayanan menurut Kotler dan Armstrong (2007) adalah setiap tindakan yaitu yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan kepada sesuatu, yang dapat berhubungan dengan suatu produk fisik maupun tidak.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut Oliver (1997) adalah pemenuhan kesenangan, yang berarti bahwa konsumsi memenuhi beberapa kebutuhan, keinginan, tujuan pelanggan atau sebagainya dan pemenuhan ini menyenangkan.

3. METODE PENELITIAN

Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut (Sugiyono, 2019) menyarankan jumlah sampel adalah sampel sama dengan jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 100 responden yang diperoleh dari jumlah seluruh variabel indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah 20 indikator dikalikan dengan 5 ($20 \times 5 = 100$).

Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data pada metode penelitian ini adalah menggunakan kuesioner Menurut Sugiyono (2012), kuisisioner yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis,

kepada responden untuk dijawabnya.

Pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan oleh responden.

Kuisisioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghazali (2013), hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negative, maka jenis analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda yaitu: Lokasi (X_1), Harga (X_2), dan Pelayanan (X_3) terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y).

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil Regresi Linier Berganda yaitu :

$$Y = 5,756 + 0,190X_1 + 0,149X_2 + 0,287X_3 + e$$

Menunjukkan bahwa Lokasi, Harga dan Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada stasiun kafe balung.

Hasil Uji t sebagai berikut:

1. Nilai t hitung yang dihasilkan variabel Lokasi (X1) yaitu 1,714 dengan nilai sig. 0,080. Hasil nilai sig. 0,080 lebih besar daripada 0,05 artinya variabel Lokasi tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Stasiun kafe Balung.
2. Nilai t hitung yang dihasilkan variabel Harga (X2) yaitu 1,362 dengan nilai sig. 0,048. Hasil nilai sig. 0,048 lebih kecil daripada 0,05 artinya variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Stasiun kafe Balung.
3. Nilai t hitung yang dihasilkan variabel Pelayanan(X3) yaitu 4,266 dengan nilai sig. 0,001. Hasil nilai sig. 0,001 lebih kecil daripada 0,05 artinya variabel Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di stasiun kafe.

Dari data yang di dapat dan sudah di analisis maka yang dapat disimpulkan oleh peneliti adalah:

- a. Hasil pengujian regresi berganda atas pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh positif. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa lokasi pada Stasiun Kafe Balung tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Hasil pengujian regresi berganda atas pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh

positif. Ini membuktikan bahwa Harga yang sesuai dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan Stasiun Kafe Balung.

c. Hasil pengujian regresi berganda atas pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

menunjukkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh positif. Ini membuktikan bahwa Pelayanan yang baik akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan Stasiun kafe Balung.

Saran

1. Bagi Unit usaha Stasiun kafe Balung harus tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan harga yang dinilai sudah baik dalam memberikan kepuasan bagi konsumennya dan berusaha untuk memperbaiki di sektor lokasi yang dinilai masih kurang dengan meningkatkan hal tersebut maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan dapat membantu Stasiun kafe Balung bersaing dengan unit usaha lainnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat di jadikan sebagai jembatan untuk melakukan penelitian lanjutan khususnya di bidang kajian yang sama sebaiknya memperluas variabel penelitian yang digunakan sehingga menghasilkan penelitian yang lebih akurat.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Anggriawan, F. (2017). Pengaruh pelayanan, harga, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan studi kasus b-prend cafe (Survey Pada B-Prend Cafe di Kabupaten Rembang). *Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta*, i-10.
- Arie Sulistyawati, N., & Seminari, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(8), 250437.
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. *AdBispreneur*, 2(2), 107-115.
- Firdiyansyah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung. *Jurnal Elektornik*, 1(1), 1-9.
- Faroh, W. N. (2017). Analisa Pengaruh Harga, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Ilmiah Prodi Manajemen*, 4(2), 3-24. Harga, Promosi, Pelayanan, Keputusan Pembelian.
- Handayani Dasopang, K., & Khamal Rokan, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kcp. Kotapinang. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(6), 755-762.
- Hasanuddin, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen UNSRAT*, 4(1).