

Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pabrik Baso Sapi A

Kerin Loanda¹⁾, Nana Sutisna²⁾

^{1,2,3}Universitas Buddhi Dharma

Email : kerinloanda@gmail.com, nana.sutisna@ubd.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lokasi harga dan pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang datang ke Pabrik Baso Sapi A8. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden, penelitian ini menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif dan menggunakan teknik analisis SPSS versi 25. Analisis data yang dilakukan adalah analisis deskriptif, uji frekuensi data, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, Uji heteroskedastisitas, analisa korelasi berganda, analisa regresi berganda, analisa koefisien determinasi, uji T statistik, dan uji F statistik untuk mengetahui besar pengaruh dan signifikan lokasi harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Pabrik Baso Sapi A8. Berdasarkan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini terdapat pengaruh antara variabel X1 dengan Y secara parsial membandingkan thitung sebesar $10.670 > \text{nilai ttabel } 1.985$ dengan tingkat signifikan $0.000 < \text{dari nilai } 0.05$, X2 dengan Y membandingkan thitung dengan ttabel berdasarkan data di atas nilai dari thitung sebesar $9.614 > \text{nilai ttabel } 1.985$ dengan tingkat signifikan $0.000 < \text{dari nilai } 0.05$ dan X3 dengan Y membandingkan thitung dengan ttabel berdasarkan data di atas nilai dari thitung sebesar $12.992 > \text{nilai ttabel } 1.985$ dengan tingkat signifikan $0.000 < \text{dari nilai } 0.05$ Kondisi tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Pengaruh antara variabel X1, X2 dan X3 dengan Y secara simultan membandingkan Fhitung $58.127 > \text{Ftabel } 2.70$ dan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$. Hasilnya adalah terdapat pengaruh antara lokasi harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Pabrik Baso Sapi A8.

Kata Kunci: Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen ialah elemen penting yang berperan dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis, termasuk dalam sektor industri makanan olahan seperti pabrik baso sapi. Dalam situasi persaingan yang semakin kompetitif, perusahaan perlu memahami berbagai faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh lokasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di pabrik baso sapi a8.

Kepuasan konsumen menjadi arahan perusahaan untuk mengetahui bagaimana langkah yang akan dijalani untuk kedepannya atau ada beberapa faktor yang harus dirubah karena konsumen kurang nyaman atau merasa dirugikan. Menurut Kotler (2017), kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan, baik itu rasa puas maupun kecewa, yang muncul sebagai hasil dari perbandingan antara persepsi atau pandangan individu terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan yang dimilikinya.

Penempatan lokasi yang bagus juga dapat mempengaruhi pengeluaran pabrik seperti hal-hal dalam pengiriman dalam suatu usaha yang timbul karena pemilihan lokasi tersebut. Lokasi pabrik baso sapi sangat berpengaruh terhadap aksesibilitas dan kenyamanan pelanggan. Menurut Kotler & Keller (2016), lokasi yang strategis dapat meningkatkan kemungkinan konsumen untuk mengunjungi dan membeli produk. Pabrik yang terletak di daerah yang mudah dijangkau, seperti dekat dengan pusat keramaian atau pasar, berpotensi menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka. Lokasi merujuk pada saluran distribusi barang dari produsen ke konsumen. Menurut Kotler & Amstrong (2014), lokasi adalah tempat di mana aktivitas bisnis berlangsung, yakni kegiatan perusahaan yang memastikan produk yang dihasilkan atau dijual dapat dijangkau dan tersedia untuk pasar yang dituju.

Harga produk juga merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Penetapan harga yang kompetitif akan menarik minat beli, sementara harga yang tidak sesuai dapat menyebabkan ketidakpuasan. Zeithaml (1988) menjelaskan bahwa persepsi nilai yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam konteks pabrik baso sapi, harga yang sebanding dengan kualitas produk dapat memberikan rasa puas kepada konsumen.

Kualitas pelayanan adalah variabel yang tidak kalah penting. Pelayanan yang baik, mulai dari pelayanan pelanggan hingga proses pengantaran, dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Menurut Parasuraman et al., (1988), dimensi kualitas pelayanan, seperti kehandalan dan responsivitas, sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana kualitas pelayanan di pabrik baso sapi berkontribusi pada kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“pengaruh lokasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen pada pabrik baso sapi a8.”**

METODE

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Dimana penelitian ini akan mengumpulkan data kuesioner yang sudah disusun dengan standar dengan harapan bisa mendapatkan hasil jawaban dengan apa yang diinginkan penulis di penelitian ini. Data yang telah dikumpulkan akan di olah menggunakan program SPSS dan akan dianalisis lebih lanjut.

Menurut Sugiyono (2020:16) menyatakan bahwa :“Metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, yang bertujuan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian, kemudian dianalisis secara kuantitatif atau dengan metode statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.”

Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk dianalisis guna mewakili keseluruhan populasi. Menurut Sugiyono (2021:127) menyatakan bahwa: “Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil beserta karakteristik yang dimilikinya. Oleh karena itu, sampel yang dipilih harus benar-benar representatif atau mampu mewakili populasi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode Nonprobability Sampling dengan teknik sampling jenuh.”

Penelitian ini menggunakan pedoman dari Hair et al., (2010) dalam menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan. Berdasarkan rumus yang dikemukakan oleh Hair, jumlah sampel minimum yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 85 responden. Namun, untuk memastikan keakuratan dan validitas data yang diperoleh, penulis memutuskan untuk menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Penambahan jumlah sampel ini bertujuan untuk mengantisipasi kemungkinan adanya data yang tidak valid atau tidak dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut. Dengan demikian, jumlah responden yang lebih besar diharapkan dapat meningkatkan reliabilitas hasil penelitian serta memperkuat generalisasi temuan terhadap populasi yang diteliti.

Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode survei. Alat yang digunakan dalam metode survei ini adalah Kuesioner, jenis Kuesioner yang di gunakan peneliti adalah Close-Ended Question dimana pertanyaan tertutup yang meminta responden untuk memilih jawaban yang disediakan oleh peneliti, di mana pilihan jawaban ini bisa didapatkan dari desk research atau qualitative research. Kuesioner akan di bagikan kepada pelanggan baso sapi yang sering melakukan pembelian ulang terhadap baso sapi a8.

Teknik Analisis Data

Uji validitas menilai keakuratan instrumen penelitian, di mana data dianggap valid jika r hitung lebih besar dari r tabel pada signifikansi 0,05. Uji reliabilitas mengukur konsistensi alat ukur menggunakan Cronbach Alpha (α), dengan batas reliabilitas $\alpha > 0,60$. Uji asumsi klasik mencakup uji normalitas (distribusi data normal jika p -value $> 0,05$), uji multikolinearitas (tidak ada korelasi tinggi antar variabel jika Tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10), serta uji heteroskedastisitas (varians residual konsisten jika titik Scatterplot tersebar merata). Analisis korelasi berganda menilai hubungan variabel independen dan dependen, dengan koefisien berkisar antara 0 (sangat lemah) hingga 1 (sangat kuat). Analisis regresi linear berganda menguji pengaruh faktor independen terhadap keputusan pembelian. Pengujian hipotesis menggunakan uji t untuk menilai pengaruh individu variabel independen (signifikan jika $p < 0,05$) dan uji F untuk menilai pengaruh simultan

semua variabel independen terhadap variabel dependen (signifikan jika F hitung > F tabel atau $p < 0,05$).

Operasional Variabel

Variable	Indikator	Item Pertanyaan	Skala
Lokasi	Akses	1. Lokasi Pabrik Baso Sapi mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum.	Ordinal
		2. Akses menuju Pabrik Baso Sapi mudah ditemukan.	
		3. Lokasi pabrik baso sapi dapat di akses oleh beberapa jalur atau jalan	
	Viaibilitas	4. Lokasi Pabrik Baso Sapi dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal	
		5. Lokasi Pabrik Baso Sapi dapat di akses melalui aplikasi navigasi.	
		6. Lokasi Pabrik Baso Sapi strategis, sehingga mudah terlihat oleh banyak orang.	
	Lalu Lintas	7. Lalu lintas menuju Pabrik Baso Sapi tidak ada gangguan.	
	Fasilitas dan Parkiran	8. Pabrik Baso Sapi memiliki tempat parkir yang luas, sehingga para pelanggan merasa nyaman.	
		9. Pabrik Baso Sapi memiliki tempat ibadah (musholla) bagi para pelanggannya.	
	Lingkungan	10. Pabrik Baso Sapi berdiri lingkungan yang mendukung untuk pendiri usaha.	

Variable	Indikator	Item Pertanyaan	Skala
Harga	Keterjangkauan Harga	1. Harga aneka produk yang ditawarkan Pabrik Baso Sapi terjangkau.	Ordinal
		2. Pabrik Baso Sapi merupakan Pabrik yang memberikan harga – harga yang murah dan terjangkau.	
	Kesesuaian	3. Pabrik baso sapi selalu	

	Harga dengan Kualitas Produk	memberikan informasi jika ada perubahan harga produk.
		4. Harga barang yang ditawarkan Pabrik Baso Sapi sesuai dengan daya beli konsumen.
		5. Harga barang yang ditawarkan Pabrik Baso Sapi sesuai dengan kualitas produk.
		6. Pabrik Baso Sapi memberikan informasi terkait daftar harga Produk.
	Daya Saing Harga	7. Harga barang yang ditawarkan Pabrik Baso Sapi lebih murah dibandingkan tempat lain.
		8. Harga produk yang ditawarkan Pabrik Baso Sapi dapat di sesuaikan untuk pengecer.
		9. Pabrik Baso Sapi sering memberikan promo spesial bagi pelanggannya.
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk	10. Harga yang ditawarkan lebih murah jika dilihat dengan kualitas produk yang di peroleh.

Variable	Indikator	Item Pertanyaan	Skala
Kualitas Pelayanan	Kehandalan	1. Karyawan Pabrik Baso Sapi mampu memberikan pelayanan yang cepat dalam melayani pelanggan.	Ordinal
		2. Karyawan Pabrik Baso Sapi memiliki pengetahuan yang baik mengenai produk yang dijual.	
		3. Karyawan Pabrik Baso Sapi selalu menawarkan produk yang berkualitas	
		4. Produk yang ditawarkan	

		Pabrik Baso Sapi berkualitas.
Daya Tanggap		5. Karyawan Pabrik Baso Sapi bertindak cepat dalam memberikan layanan.
		6. . Karyawan Pabrik Baso Sapi selalu sigap setiap pelanggan membutuhkan
Empati		7. Karyawan Pabrik Baso Sapi ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pelanggan.
		8. Karyawan Pabrik Baso Sapi selalu sigap ketika pelanggan menemui kesulitan.
Bukti Fisik		9. Karyawan Pabrik Baso Sapi bersikap ramah terhadap pelanggan.
		10. Karyawan Pabrik Baso Sapi selalu memperhatikan kerapihan dan kebersihan sekitar.

Variable	Indikator	Item Pertanyaan	Skala
Kepuasan Konsumen	Kesesuaian Harapan	1. Pabrik Baso Sapi menyediakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen	Ordinal
		2. Pabrik Baso Sapi memberikan pelayanan dan harga yang sesuai dengan harapan konsumennya.	
	Minat Berkunjung Kembali	3. Saya berminat berkunjung kembali karna Fasilitas penunjang Pabrik Baso Sapi seperti, cuci tangan sesuai dengan protocol kesehatan.	
		4. Saya berminat berkunjung kembali karena lokasi pabrik baso sapi mudah ditemukan.	
		5. Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Pabrik Baso Sapi karena	

		kelengkapan barang yang dijual.
		6. Saya Berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan.
		7. Saya Berminat berkunjung kembali karena harga sesuai dengan produk yang di tawarkan.
	Kesediaan Merekomendasi	8. Saya Merekomendasikan Pabrik Baso Sapi ini kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik.
		9. Saya Merekomendasikan Pabrik Baso Sapi ini kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai.
		10. Saya Merekomendasikan Pabrik Baso Sapi ini karena harga yang ditawarkan relative murah

Hasil

Tabel Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	X1 Lokasi	0,845	Reliabel
2.	X2 Harga	0,799	Reliabel
3.	X3 Kualitas Pelayanan	0,880	Reliabel
4.	X4 Kepuasan konsumen	0,804	Reliabel

Tabel Uji Validitas

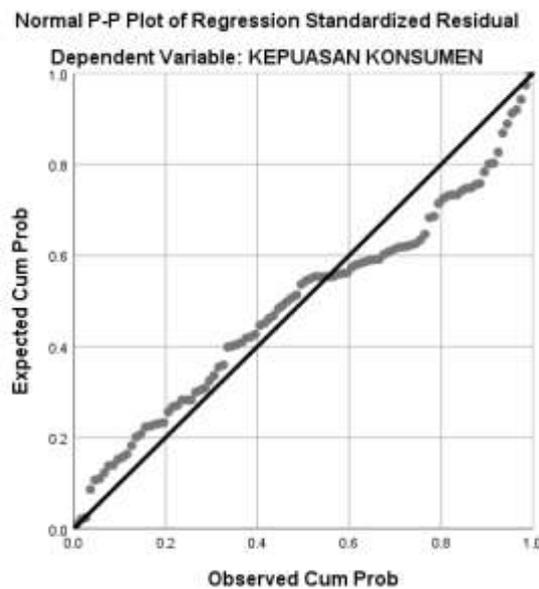
Pertanyaan	r hitung / pearson correlation	r tabel (taraf sig5%)	Keterangan
Variabel Lokasi X1			
1.Lokasi pabrik baso sapi mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum	0,638	0,1996	Valid
2.Akses menuju pabrik baso sapi mudah ditemukan	0.720		
3.Lokasi pabrik baso sapi dapat diakses beberapa jalur	0.688		
4.lokasi pabrik baso sapi dapat dilihat jelas dari jarak pandang normal	0.638		
5.lokasi pabrik baso sapi dapat diakses melalui aplikasi	0.599		
6.lokasi pabrik baso sapi strategis	0.611		
7.lalulintas menuju pabrik baso sapi tidak ada gangguan	0.462		

8.pabrik baso sapi memilikintempat parkir yang luas	0.660		
9.pabrik baso sapi memiliki tempat ibadah	0.693		
10.pabrik baso sapi berdiri dilingkungan yang mendukung untuk pendiri usaha	0.778		
Variabel Harga X2			
1. Harga aneka produk yang ditawarkan Pabrik Baso Sapi terjangkau.	0.448	0,1996	Valid
2.Pabrik Baso Sapi merupakan Pabrik yang memberikan harga – harga yang murah dan terjangkau.	0.629		
3. Pabrik baso sapi selalu memberikan informasi jika ada perubahan harga produk.	0.610		
4. Harga barang yang ditawarkan Pabrik Baso Sapi sesuai dengan daya beli konsumen.	0.558		
5. Harga barang yang ditawarkan Pabrik Baso Sapi sesuai dengan kualitas produk.	0.592		
6. Pabrik Baso Sapi memberikan informasi terkait daftar harga Produk.	0.653		
7. Harga barang yang ditawarkan Pabrik Baso Sapi lebih murah dibandingkan tempat lain.	0.663		
8. Harga produk yang ditawarkan Pabrik Baso Sapi dapat di sesuaikan untuk pengecer.	0.473		
9. Pabrik Baso Sapi sering memberikan promo spesial bagi pelanggannya.	0.630		
Variabel Kualitas Pelayanan X3			
1. Karyawan Pabrik Baso Sapi mampu memberikan pelayanan yang cepat dalam melayani pelanggan.	0.726	0,1996	Valid
2. Karyawan Pabrik Baso Sapi memiliki pengetahuan yang baik mengenai produk yang dijual.	0.721		
3. Karyawan Pabrik Baso Sapi selalu menawarkan produk yang berkualitas	0.760		
4. Produk yang ditawarkan Pabrik Baso Sapi berkualitas.	0.732		
5. Karyawan Pabrik Baso Sapi bertindak cepat dalam memberikan layanan.	0.488		
6.Karyawan Pabrik Baso Sapi selalu sigap setiap pelanggan membutuhkan	0.645		
7. Karyawan Pabrik Baso Sapi ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pelanggan.	0.671		
8. Karyawan Pabrik Baso Sapi selalu sigap ketika pelanggan menemui kesulitan.			
9. Karyawan Pabrik Baso Sapi bersikap ramah terhadap pelanggan.	0.727		
10. Karyawan Pabrik Baso Sapi selalu memperhatikan kerapihan dan kebersihan sekitar.	0.682		
Variabel Kepuasan Konsumen Y			
1. Pabrik Baso Sapi menyediakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen	0.564	0,1996	valid
2. Pabrik Baso Sapi memberikan pelayanan dan harga yang sesuai dengan harapan konsumennya.	0.601		
3. Saya berminat berkunjung kembali karna Fasilitas penunjang Pabrik Baso Sapi seperti, cuci tangan sesuai dengan protocol kesehatan.	0.644		
4. Saya berminat berkunjung kembali karena lokasi pabrik baso sapi mudah ditemukan.	0.610		
5. Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Pabrik Baso Sapi karena kelengkapan barang yang dijual.	0.677		

6. Saya Berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan.	0.589		
7. Saya Berminat berkunjung kembali karena harga sesuai dengan produk yang di tawarkan.	0.564		
8. Saya Merekomendasikan Pabrik Baso Sapi ini kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik.	0.726		
9. Saya Merekomendasikan Pabrik Baso Sapi ini kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai.	0.606		
10. Saya Merekomendasikan Pabrik Baso Sapi ini karena harga yang ditawarkan relative murah	0.401		

Sumber : Hasil olah spss 25

Gambar Uji Normalitas



Titik-titik data pada grafik residual cenderung mengikuti garis diagonal, menunjukkan distribusi yang mendekati normal. Meskipun ada sedikit penyimpangan di tengah dan ekor, pola keseluruhan tetap konsisten. Dengan demikian, regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas berdasarkan normal probability plot.

Tabel kolmogrov - smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.72521622
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.129
	Negative	-.069
Test Statistic		.129
Asymp. Sig. (2-tailed)		.157
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Hasil olah data spss versi 25

Berdasarkan tabel diatas dapat didefinisikan bahwa nilai signifikan >0.05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

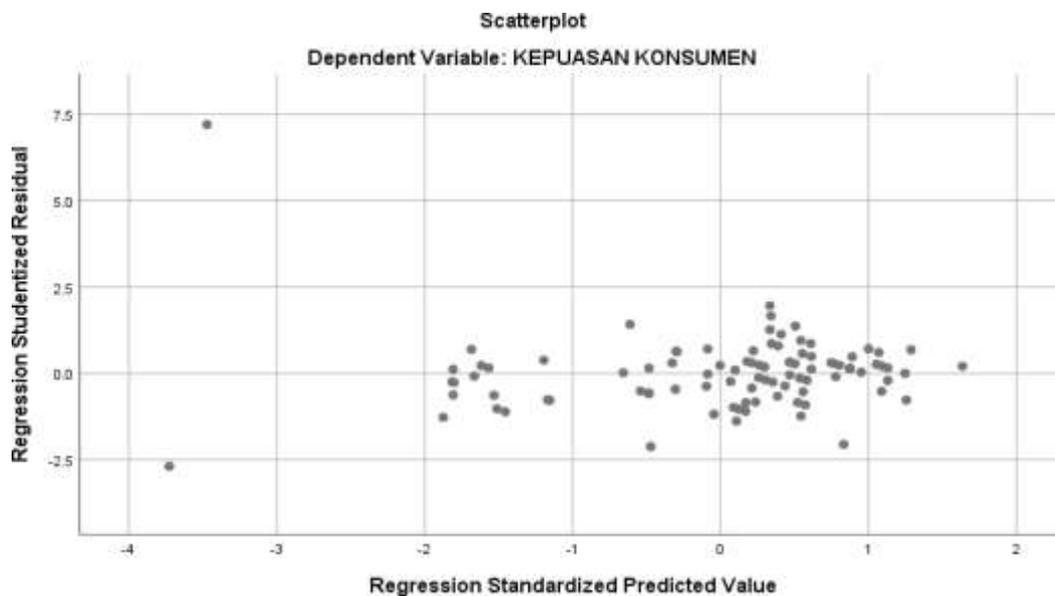
Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1 Lokasi	0.224	4.462
	X2 harga	0.343	2.915
	X3 kualitas pelayanan	0.218	4.597

Sumber : Hasil olah data spss versi 25

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance variable Lokasi 0.224 dan nilai VIF 4.462 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10 yang berarti tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi. Sedangkan untuk nilai tolerance variabel Harga 0,343 dan nilai VIF 2.015 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10 yang berarti tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi. Sedangkan untuk nilai tolerance variabel Kualitas Pelayanan 0,218 dan nilai VIF 4.597 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10 yang berarti tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi.

Gambar Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar diatas, titik – titik yang menyebar merupai angka 0 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Oleh karena, itu model regresi yang digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen berdasarkan variabel – variabel independen seperti lokasi, harga, kualitas pelayanan dianggap sesuai atau pantas.

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.307	2.279		7.959	.000
	Lokasi	0.612	0.57	0.733	10.670	.000
	Harga	0.675	0.70	0.697	9.514	.000
	Kualitas Pelayanan	0.665	0.50	0.795	12.992	.000

Sumber : Hasil olah data spss versi 25

maka dapat diasumsikan bahwa nilai B yang ada pada kolom *Unstandardized Coefficients* memiliki nilai *Constant* sebesar 12,256. Sedangkan nilai koefisien untuk variabel X1 (Lokasi) adalah 0,96, nilai koefisien

untuk variabel X2 (Harga) adalah 0,152, dan nilai koefisien untuk variabel X3 (Kualitas Pelayanan) adalah 0,472. Persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 12,256 + 0,96X_1 + 0,152X_2 + 0,472X_3 + e$$

Tabel Hasil Uji Determinasi X1,X2,X3 Terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.806	0.649	0.638	2.767

a. Predictors: (Constant), lokasi, harga, kualitas pelayanan
 b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil olah data spss versi 25

Berdasarkan tabel diatas, dapat didefinisikan bahwa nilai R koefisien korelasi sebesar 0.806 nilai ini dapat diinterpretasikan bahwa hubungan keempat variabel penelitian ini berada pada kategori sangat kuat.

Tabel Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1358.536	3	452.845	59.127	.000
	Residual	735.254	96	7.659		
	Total	2093.790	99			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen
 b. Predictors: (Constant), lokasi, harga, kualitas pelayanan

Sumber : Hasil olah data spss versi 25

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui nilai fhitung ialah 59,127 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang dimana < 0,05. Maka disimpulkan nilai fhitung 59,127 > f tabel 2,70 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Dari hasil uji F (simultan) yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak karena seluruh tabel variabel bebas yang terdiri dari Lokasi (X1), Harga (2), dan Kualitas Pelayanan (X3) mempunyai pengaruh positif secara bersamaan (simultan) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Pembahasan

1. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di pabrik baso sapi. Kesimpulan ini diperoleh dari nilai t hitung sebesar 10,670 yang lebih besar dari 1,985 dalam persamaan regresinya.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di pabrik baso sapi. Kesimpulan ini diperoleh dari nilai t hitung 9,614 yang lebih besar dari 1,985 dalam persamaan regresinya.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di pabrik baso sapi. Kesimpulan ini diperoleh dari nilai t hitung sebesar 12,992 yang lebih besar dari 1,985 dalam persamaan regresinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan mengenai lokasi, harga, dan kualitas pelayanan pada pabrik baso sapi kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Lokasi terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di pabrik baso sapi a8. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan t parsial yang menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 10.670 jauh lebih besar dari nilai t tabel yang sebesar 1.985, dengan nilai probabilitas sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Berdasarkan kriteria pengujian hipotesis, karena nilai t hitung lebih besar daripada t tabel dan nilai probabilitas lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 (hipotesis nol) ditolak dan H_a (hipotesis alternatif) diterima. Maka dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen, yang berarti semakin baik lokasi yang dimiliki pabrik baso sapi, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.
2. Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di pabrik baso sapi. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan t parsial yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 9.614, yang jauh lebih besar dari nilai t tabel yang sebesar 1.985. Selain itu, nilai probabilitas yang diperoleh adalah 0.000, yang lebih kecil dari batas signifikansi yang ditetapkan yaitu 0.05. Berdasarkan hasil pengujian ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, ditolak, dan hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, diterima. Maka dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga yang ditawarkan di pabrik baso sapi memiliki hubungan yang signifikan dan positif dengan tingkat kepuasan konsumen, yang berarti semakin kompetitif dan sesuai harga yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.
3. Kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di pabrik baso sapi. Hasil perhitungan t parsial menunjukkan nilai t hitung sebesar 12.992, yang jauh lebih besar dari nilai t tabel 1.985. Selain itu, nilai probabilitas yang diperoleh adalah 0.000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05. Berdasarkan hasil uji tersebut, hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, ditolak, dan hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pabrik baso sapi secara signifikan berhubungan dengan tingkat kepuasan konsumen, yang berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diterima, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

REFERENSI

- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 25. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.*
- Hair Jr, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2010). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis, 1*(2), 107–123.
- Kotler, P. (2017). Marketing for Competitiveness. *Jakarta: PT. Indeks.*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). Principles of Marketing (15th ed.). *Boston: Pearson Education.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management 15th ed. *Boston: Pearson Education.*
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Edisi 2). *Bandung: Alfabeta.*
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta.*
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta.*
- Zeithaml, A. V. (1988). Consumer Behavior and Marketing Strategy. *New York: McGraw-Hill.*