

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH
MAKAN SOTO SEGER HJ. FATIMAH BOYOLALI**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

DIMAS SURYO PATANDALU

B100190116

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN SOTO SEGER
HJ. FATIMAH BOYOLALI**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh

DIMAS SURYO PALANDALI

B 100 190 116

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si.

NIK. 644

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN SOTO SEGER HIJAU
FATIMAH BOYOLALI**

Yang disusun oleh :

**Dimas Survo Pantandalu
B 100 190 116**




Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari : Kamis, 12 Januari 2023

Dewan penguji :

- | | |
|--|--|
| 1. Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si.
(Ketua Dewan Penguji) | (..... ) |
| 2. Kusdiyanto, S.E., M.Si.
(Anggota I Dewan Penguji) | (..... ) |
| 3. Sri Murwanti, S.E., M.M.
(Anggota II Dewan Penguji) | (..... ) |

Mengetahui,



**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Dr. Anton Agus Setyawan, SE., M.Si)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 1 Februari 2023

Penulis



DIMAS SURYO PATANDALI
B100190116

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN SOTO SEGER
HJ. FATIMAH BOYOLALI**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen rumah makan soto seger Hj Fatimah Boyolali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen rumah makan soto seger Hj Fatimah Boyolali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat analisis data yang digunakan adalah SPSS versi 16. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, lokasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

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

Abstract

This study aims to analyze the effect of service quality, price and location on customer satisfaction at the Soto Seger Hj Fatimah Boyolali restaurant. The method used in this research is a quantitative method. The population in this study were consumers of the Hj Fatimah Boyolali soto seger restaurant. The sampling technique used in this study was purposive sampling with a total of 100 respondents according to predetermined criteria. Source of data used in this research is primary data and data collection method using a questionnaire. The data analysis tool used was SPSS version 16. The results of the analysis in this study showed that service quality had a positive and significant effect on satisfaction, price had a positive and significant effect on customer satisfaction, location had a positive but not significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price, Location, Consumer Satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Riset tentang kepuasan konsumen merupakan salah satu isu yang menarik untuk di teliti karena sejumlah peneliti menunjukkan hasil yang beragam. Dalam penelitian Amini dan Wiranatakusuma, (2020) menyatakan bahwa pada variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yaitu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen.

Barus et al, (2020) Variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian kepuasan konsumen akan mampu mempengaruhi jumlah konsumen yang akan datang. Kepuasan konsumen yang merasa puas pada produk yang dijual maka akan kembali mengkonsumsi produk yang dijual.

Penelitian yang dilakukan Putri dan Trisnowati, (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk akan mencerminkan tingkat keberhasilan dalam memasarkan produknya. Suatu produk akan gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen akan tetapi dengan bauran pemasaran yang tetap yaitu meliputi pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen

Hasil penelitian Wibowo et al, (2021) menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, penetapan harga maksimal akan dibatasi oleh permintaan konsumen, terutama daya beli dan harga merupakan strategi yang menentukan dimana dan bagaimana kita menjual suatu produk tertentu. Hal terpenting dalam strategi ini adalah menetapkan harga suatu produk

Hasil penelitian Santoso et al, (2022) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Pelayanan baik mampu dalam mencukupi beberapa harapan para konsumen secara konsisten dan pemberian harga produk yang terjangkau para konsumen akan berkeinginan membeli kembali karena dengan harga yang terjangkau dan sesuai harapan konsumen

Dalam penelitian Sarifuddin, (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dari masing-masing dimensi baik secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian konsumen, seorang konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapat pelayanan yang mampu untuk memenuhi kepuasan konsumen

Dari hasil temuan beberapa penelitian diatas bahwa penelitian tentang kepuasan konsumen menjadi hal yang menarik untuk diteliti. Peneliti memilih objek rumah makan soto seger Hj. Fatimah rumah makan tersebut menjadi ikon kuliner andalan di Boyolali dan menjadi kuliner khas Boyolali <https://www.google.com/amp/s/www.solopos.com/jadi-ikon-kuliner-andalan-berikut-ini-sejarah-soto-seger-boyolali-1432678/amp> oleh karena itu penulis tertarik untuk mengangkat judul yakni “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Soto Seger Hj. Fatimah Boyolali

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan analisis outer model, analisis inner model, dan analisis uji hipotesis. Dan penelitian ini dibantu pengelolaan data menggunakan software PLS. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen rumah makan soto seger

h). Fatimah Boyolali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Dihasilkan jumlahn 100 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner melalui Google Form. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengukuran sampel yaitu menggunakan skala likert. Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan Skala Likert yang mempunyai 5 tingkat preferensi jawaban masing-masing mempunyai skor 1-5

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Analisis

3.1 Deskripsi Demografi Responden

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Hasil Demografi Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (responden)	Prosentase (%)
Laki-laki	54	54
Perempuan	46	46
Total	100	100

b. Berdasarkan Usia

Tabel 2. Hasil Demografi Usia

Rentang Usia	Jumlah (responden)	Prosentase (%)
17-22 tahun	62	62
23-28 tahun	26	26
29-34 tahun	7	7
>34 tahun	5	5
Total	100	100

c. Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 3. Hasil Demografi Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (responden)	Prosentase (%)
Pelajar / mahaiswa	54	53
Pegawai swasta	16	16
Petani	5	5
Buruh	23	23
Wiraswasta	1	1
Guru	1	1
Total	100	100

d. Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Tabel 4. Hasil Demografi Pendapatan Perbulan

Uang Saku Perbulan (Rp)	Jumlah (responden)	Prosentase (%)
< 1.500.000	56	56
1.500.000-2.500.000	33	33
>2.500.000	11	15
Total	100	100

3.2 Analisis Kelayakan Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Untuk menguji validitas instrument, dapat dilakukan dengan melakukan melakukan korelasi bivariate antara masing – masing skor indicator dengan total skor konstruk. Peneliti melakukan uji signifikan, Suatu indikator dianggap valid jika memiliki loading factor di atas 0,5 maka butir pertanyaan atau indicator tersebut valid atau layak digunakan (Zulkifli, 2021)

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Rotated Component Matrix				
	Component			
	1	2	3	4
Kualitas Pelayanan 1		0,765		
Kualitas Pelayanan 2		0,656		
Kualitas Pelayanan 3		0,769		
Kualitas Pelayanan 4		0,752		
Kualitas Pelayanan 5		0,598		
Harga 1				0,703
Harga 2				0,740
Harga 3				0,728
Harga 4				0,725
Lokasi 1	0,759			
Lokasi 2	0,840			
Lokasi 3	0,729			
Lokasi 4	0,811			
Lokasi 5	0,820			
Kepuasan konsumen 1				0,771
Kepuasan konsumen 2				0,774
Kepuasan konsumen 3				0,783
Kepuasan konsumen 4				0,696
Kepuasan konsumen 5				0,719

Hasil analisis faktor yang pertama ada 1 indikator variabel yang belum mengelompok yaitu di indikator variabel X2.5 (Harga 5) oleh karena itu indikator tersebut dikeluarkan dan mendapatkan hasil seperti data dari tabel 4.5. Pada tabel tersebut dapat disimpulkan menunjukkan bahwa nilai loading factor pada variabel X1,X2,X3, dan Y > 0,5 dan setiap variabel mengelompok di masing-masing component. Sehingga dapat disimpulkan setiap pertanyaan pada setiap variabel tersebut dapat dikatakan valid dan siap untuk dianalisis.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji instrument yang reliable, , suatu alat ukur dikatakan reliable apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya (Nugroho dan astuti, 2021). Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika memiliki nilai koefisien Cronbah's alpha > 0,60 (Saputro et al., 2016).

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
X1.1	0,818	0,60	Reliabel
X1.2	0,818	0,60	Reliabel
X1.3	0,818	0,60	Reliabel
X1.4	0,818	0,60	Reliabel
X1.5	0,818	0,60	Reliabel

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Harga

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
X2.1	0,779	0,60	Reliabel
X2.2	0,779	0,60	Reliabel
X2.3	0,779	0,60	Reliabel
X2.4	0,779	0,60	Reliabel

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
X3.1	0,840	0,60	Reliabel
X3.2	0,840	0,60	Reliabel
X3.3	0,840	0,60	Reliabel
X3.4	0,840	0,60	Reliabel
X3.5	0,840	0,60	Reliabel

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
X3.1	0,813	0,60	Reliabel
X3.2	0,813	0,60	Reliabel
X3.3	0,813	0,60	Reliabel
X3.4	0,813	0,60	Reliabel
X3.5	0,813	0,60	Reliabel

3.4 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menentukan apakah variabel berdistribusi normal atau tidak karena model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Data diatas signifikan 5% (0,05) artinya variabel residual berdistribusi normal. (Jaya et al, 2021). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov Smirnov.

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,763701109
Most Extreme Differences	Absolute	0,104
	Positive	0,104
	Negative	-0,047
Kolmogorov-Smirnov Z		1,039
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,231

Berdasarkan hasil dari tabel menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig 0,231 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan data yang dihasilkan adalah data yang berdistribusi normal dan dapat digunakan untuk uji analisis selanjutnya.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui dalam model regresi ada tiidaknya gejala korelasi antar variabel independen multikolinieritas dapat dilihat dari besarnya nilai tolerance dan VIF. Dalam pengujian ini apabila nilai tolerance > 0,10 atau nilai VIF < 10 maka, tidak terjadi multikolinieritas, (Nugroho dan astuti, 2021)

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan	.361	2,768	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Harga	.488	2,049	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Lokasi	.306	3,268	Tidak Terjadi Multikolinearitas

c. Uji Heterokedastisitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi. Apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi (Jaya et al, 2021)

Tabel 12. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,994	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Harga	0,780	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Lokasi	0,940	Tidak terjadi heteroskedastisitas

3.5 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar prosentase variabel independen (kualitas pelayanan, harga dan lokasi) dalam menjelaskan variabel dependen (kepuasan konsumen).

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square
1	0,845	0,714

Berdasarkan hasil dari tabel 4.13 menunjukkan bahwa perhitungan R Square diperoleh 0,714 atau sama dengan 71,4% yang berarti variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan lokasi (X_3) dapat menjelaskan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 71,4% sedangkan sisanya ($100\% - 71,4\% = 28,6\%$) dijelaskan oleh faktor-faktor yang lain dan tidak diikuti sertakan dalam penelitian ini

3.6 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas (kualitas pelayanan, harga dan lokasi) memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Jika nilai F lebih dari F tabel maka bisa disimpulkan bahwa variabel independent secara bersamaan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Zulkifli, 2021)

Tabel 14. Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regresi	79,887	0,000

1. Variabel dependen: Kepuasan konsumen
2. Predictors (Constant), lokasi, harga, kualitas pelayanan

Berdasarkan dari data table menunjukkan bahwa nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai Fhitung $79,887 > Ftabel 2,700$ maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel kepuasan konsumen

3.7 Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji apakah variabel kualitas pelayanan (X1), variabel harga (X2) dan variabel lokasi (X3) secara parsial atau masing – masing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y) (jaya et al, 2021)

Tabel 15 Hasil Uji t

Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan	5,244	3,275	0,000	Signifikan
Harga	3,997	3,275	0,000	Signifikan
Lokasi	1,514	3,275	0,133	Tidak Signifikan

Berdasarkan data dari tabel menunjukkan bahwa :

- a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai $t_{hitung} 5,244 > t_{tabel} 3,275$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- a. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai $t_{hitung} 3,997 > t_{tabel} 3,275$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- b. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai $t_{hitung} 1,514 > t_{tabel} 3,275$ dan nilai signifikan $0,133 < 0,05$ berarti H_a ditolak dan H_0 diterima. Maka secara parsial variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3.8 Regresi Linier Berganda

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X) kualitas pelayanan, harga dan lokasi dan variabel dependen (Y) kepuasan konsumen.

Tabel 16. Hasil Uji Regresi Linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std.Error	Beta	t	Sig
(Constant)	3,539	1,080		3,275	0,001
Kualitas Pelayanan	0,458	0,087	,476	5,244	0,000
Harga	0,267	0,067	,312	3,997	0,000
Lokasi	0,139	0,092	,149	1,514	0,133

Berdasarkan hasil dari tabel 4.16 memperoleh nilai persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,539 + 0,458X_1 + 0,267X_2 + 0,139X_3 + e$$

Model regresi tersebut dapat dijelaskan masing-masing koefisien variabelnya sebagai berikut:

1. Koefisien konstan (b_0) sebesar 3,539 menunjukkan bahwa bila kualitas pelayanan, harga, dan lokasi tidak dibangun dalam menentukan kepuasan konsumen maka nilai kepuasan konsumen sebesar 3,539
2. Koefisien kualitas pelayanan (b_1) sebesar 0,458 menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin tinggi juga.
3. Koefisien harga (b_2) sebesar 0,267 menunjukkan bahwa semakin rendah harga yang diberikan maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin tinggi.
4. Koefisien promosi (b_3) sebesar 0,139 menunjukkan bahwa setiap lokasi yang semakin baik maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan

B. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan memiliki hasil positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil riset ini membuktikan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “kualitas pelayanan diduga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen” ini terbukti kebenarannya. Semakin baik tingkat pelayanan maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

Hal ini menunjukkan bahwa rumah makan soto seger Hj. Fatimah Boyolali telah memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian, karyawan segera melayani saat ada konsumen yang berkunjung, karyawan berpakaian rapih dan sopan dan rumah makan memiliki fasilitas lengkap dan tempat yang bersih sehingga dapat menimbulkan kepuasan kepada konsumen

Hasil riset ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Amini dan Wiranatakusuma, 2020; Barus et al, 2020; Putra, 2020; Jay et al, 2021; Majid et al, 2021;

Mukaromah, 2021), menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Harga memiliki hasil positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil riset ini membuktikan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “harga diduga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen” terbukti kebenarannya. Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi perhatian konsumen dalam membeli sesuatu. Harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas yang baik maka dapat menimbulkan kekecewaan konsumen.

Hal ini menunjukkan bahwa harga di rumah makan soto seger Hj. Fatimah sesuai dengan kualitas rasa dan harga untuk makanannya terjangkau dan juga harga di rumah makan tersebut sesuai dengan yang di informasikan sehingga konsumen akan merasa puas dengan hal tersebut

Hasil riset ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Wibowo et al, 2021; Zulkifli, 2021; Oktaviyana, 2022; Qorika et al, 2021; Safutra, 2022; Santoso et al, 2022; Sarifuddin, 2022; Sembring, 2022) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan soto seger Hj Fatimah Boyolali. Hasil ini mengindikasikan bahwa lokasi kurang penting bagi peningkatan kepuasan konsumen. Karena rumah makan soto seger memiliki lokasi parkir yang cukup sempit sehingga mengurangi kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Zulkifli, (2021) menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun hasil riset ini bertentangan dengan temuan Barus et al, (2022) yang menyatakan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

4 PENUTUP

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini maka dapat diambil beberapa kesimpulan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Lokasi berpengaruh positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Keterbatasan dalam penelitian ini, variabel yang digunakan dalam penelitian ini tergolong terbatas, hanya kualitas pelayanan, harga, dan lokasi yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Adanya keterbatasan dalam penyebaran kuesioner memungkinkan jawaban yang diberikan responden tidak sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya

Berdasarkan hasil penelitian diharapkan peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan sampel yang lebih banyak dan memaksimalkan metode pengumpulan data, supaya dapat memperbaiki kekurangan dari penelitian sebelumnya. Dan diharapkan menambah variable bebas tidak hanya kualitas pelayanan, harga dan lokasi yang mungkin lebih berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

PERSANTUNAN

Penulis menyadari bahwa pencapaian penelitian ini tidak lepas dari doa restu kedua orang tua dan dukungan dari berbagai pihak. Tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada Bapak Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si. Selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penelitian ini, dan pihak-pihak yang telah menyumbangkan pemikiran demi terwujudnya penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Amini, D. K., & Wiranatakusuma, D. B. (2020). The Influence of Service Quality, Price, Corporate Image, and Location Towards Customer Satisfaction on Autocare Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 4(1), 30-43.
- Barus, Y. Y., Sinaga, R. V., & Sagala, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Milala Service Station Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 141-150.
- Jaya, W., Arifin, R., & Slamet, A. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kafe Family Kopi Di Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(01).
- Majid, A., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., Santika, D., Ummah, F., Fitriana, L., & Ummah, A. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Journal Of Economics, Management, And Business Research*, 2(1).
- Mukaromah, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rm Sate Bebek Cindelaras Cilegon Banten)* (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Nashiha, F., & Suwitho, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pt. Naga Mas Motor Kecamatan Slogohimo). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 11(3).
- Nugroho, A., & Astuti, P. B. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Jimmba)*, 3(3), 598-608.
- Oktaviana, N. A., & Isa, M. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Makanan, Harga, Lokasi Dan Promosi*

Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Wedangan Di Kota Surakarta (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

- Oktaviyana, N., Tarman, M., & Widjaya, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Istana 45 Kholil Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 8(3).
- Perdana, D. A. (2022). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sudut Koppi Kota Batam. *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1), 72-79.
- Putra, N. H. (2020, March). The Effect of Service Quality, Website Quality, Price, and Brand Image on Consumer Satisfaction Impact on Consumer Loyalty in OLX Online Stores. In *4th Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (Piceeba-2 2019)* (pp. 774-781). Atlantis Press.
- Putri, C. A., & Trisnowati, J. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Sfa Steak & Resto Karanganyar. *Surakarta Management Journal*, 3(1), 11-19.
- Qorika, E., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2022, October). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Pospay Pt. Pos Indonesia Cabang Magetan). In *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi* (Vol. 4).
- Risnawati, H., Sumarga, H. E., & Purwanto, S. (2019). The Effect of Service Quality Prices and Location of Companies to Customer Satisfaction Implications on Customer Loyalty. *International Review of Management and marketing*, 9(6), 38.
- Safutra Dika, A. (2022). *Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Toko Elektronik" Dimar Toko" Di Ponorogo)* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Santoso, G. H., Utami, B., & Dwihandoko, T. H. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Lucky Barbershop Di Mojokerto* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Majapahit).
- Saputro, E. P., Achmad, N., & Handayani, S. (2016). Identifikasi Faktor Yang Mempengaruhi Sukses Wirausaha. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 10.
<https://doi.org/10.23917/benefit.v1i1.2361>
- Sarifuddin, T. (2022). The Effect Of Service Quality On Consumer Satisfaction Purchasing Motorcycles At Cv. Central Sulawesi Motor Palu. *International Journal Of Health, Economics, And Social Sciences (Ijhess)*, 4(2), 106-112.
- Sembiring, A. Pengaruh Produk, Harga, Tempat Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Klotok Jalan Kaliurang Km 16 Yogyakarta.