ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ALFAMIDI (Studi Kasus di Universitas Muhammadiyah Surakarta)

Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :
ROKMAWAN HADIANA
B100150242

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ALFAMIDI
(Studi Kasus di Universitas Muhammadiyah Surakarta)

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

ROKMAWAN HADIANA
B 100 150 242

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing

(Sri Murwanti, S.E., M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ALFAMIDI

(Studi Kasus di Universitas Muhammadiyah Surakarta)

oleh:

ROKMAWAN HADIANA

B 100 150 242

Telah Dipertahankan Didepan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Hari Sabtu, 9 Mei 2020
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Dewan Penguji:

1. **Sri Murwanti, S.E,. M.M.** ( )
   (Ketua Dewan penguji)
2. **Basworo Dibyo, M.Si** ( )
   (Anggota I Dewan Penguji)
3. **Chuzaimah, M.M** ( )
   (Anggota II Dewan Penguji)

Dekan,

Dr. H. Supriadin, M.M
NIK/NIP. 19570217 1986 031 001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi 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, 12 April 2020

Penulis

ROKMAWAN HADIANA

B 100 150 242

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ALFAMIDI (Studi Kasus di Universitas Muhammadiyah Surakarta)

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Alfamidi. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian pendekatan kuantitatif yang menggunakan data berbentuk angka. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Alfamidi. Jumlah populasi tidak diketahui secara pasti dan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling.* Teknik analisis data menggunakan adalah (1) uji instrumen (uji validitas dan reliabilitas), (2) Uji Asumsi Klasik (normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas) dan (3) Uji Hipotesis (analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji t menunjukkan bahwa (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh siginifikan terhadap kepuasan konsumen di Alfamidi. (2) harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Alfamidi. (3) Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Alfamidi.

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

Abstract

The purpose of this study was to examine the effect of service quality, price and location on consumer satisfaction in Alfamidi. This research method uses a quantitative approach that uses numerical data. The population in this study are consumers in Alfamidi. Total population is not known with certainty and a sample of 100 respondents. The sampling technique uses purposive sampling. Data analysis techniques using are (1) instrument test (validity and reliability test), (2) Classical Assumption Test (normality, multicollinearity, heteroscedasticity) and (3) Hypothesis Test (multiple linear regression analysis, t test, F test and R2). The results showed that the t test showed that (1) Service Quality had a significant effect on customer satisfaction in Alfamidi. (2) the price has a significant effect on customer satisfaction at Alfamidi. (3) Location has a significant effect on customer satisfaction in Alfamidi.

Keywords: service quality, price, location and customer satisfaction

1. PENDAHULUAN

Saat ini banyak usaha bisnis berkompetisi untuk menguasai pangsa pasar yang ada, yaitu dengan cara membuat perencanaan pemasaran yang baik demi mendapat pencitraan yang positif di benak konsumen. Pihak manajemen di masing-masing usaha bisnis juga dituntut agar dapat meningkatkan dan mempertahankan konsumen yang ada. Konsep ini sering disebut konsep pemasaran yang menitik beratkan pada kebutuhan konsumen dengan sebaikbaiknya sehingga barang atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Ritel merupakan salah satu usaha di bidang jasa penjualan barang dagangan. Bisnis ini menawarkan jasa penjualan ritel atau kelontong kepada konsumen,

sehingga mereka dapat merasakan tingkat kepuasan konsumen terhadap ritel yang diberikan jasa tersebut.

Persaingan antar usaha bisnis ritel semakin ketat perlu melakukan usaha pelayanan terbaik kepada konsumennya. Ritel yang ada saling berlomba untuk menyediakan kemudahan dan kelengkapan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk tercapainya kepuasan konsumen. Kualitas sangat erat hubungannya dengan Kepuasan Konsumen, dengan kualitas baik yang dimiliki akan memberikan dampak positif bagi perusahaan tersebut dan begitu juga sebaliknya. Kualitas Pelayanan jasa yang sering digunakan terdiri dari yaitu bukti fisik, daya tanggap, jaminan, keandalan dan empati. Faktor Kualitas Pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen, Kualitas Pelayanan merupakan ciri serta sifat suatu pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Seorang usaha penjualan ritel dapat memberikan kualitas bila pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Faktor harga merupakan penentuan nilai suatu produk di benak konsumen yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk tadi. Semakin harga terjangkau oleh konsumen maka mereka akan berkunjung ke tempat tersebut, begitu juga apabila harga itu dianggap konsumen terlalu tinggi atau dikatakan mahal maka mereka akan berpikir untuk berkunjung ke tempat tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Bailia dkk (2014) memperoleh hasil bahwa variabel harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di Kota Manado.

Lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumenan konsumen (Assauri, 2014: 78). Lokasi yang dekat dengan keramaian seperti dekat dengan pasar, terminal dan lain-lain sangat mendukung peningkatan volume penjualan bagi minimarket tersebut.

2. METODE

Merupakan penelitian kualitatif. Populasinya adalah seluruh konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Sumber datanya adalah data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang pernah membeli produk Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Variabel yang diteliti adalah kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, harga, lokasi. Instrumen penelitian terdiri dari uji

validitas, uji reliabilitas. Analisis data meliputi : asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), uji hipotesis (analisis regresi linear berganda, uji statistik t, uji F, uji koefisien determinasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data Penelitian

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	69	69
Perempuan	31	31
Total	100	100

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa responden yang sebagian besar berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 69 orang (69%) dan perempuan sebanyak 31 orang (31%).

Tabel 2. Karakteristik Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
≤ 30 tahun	22	22
31 - 40 tahun	42	42
≥ 41 tahun	36	36
Jumlah	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2 diketahui responden sebagian besar berusia antara usia 31-40 tahun sebanyak 42 orang (42%), berusia ≤ 30 tahun sebanyak 22 orang (22%) dan responden dengan usia ≥ 41 orang (22%).

Tabel 3. Karakteristik Tingkat Pendidikan Responden

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
SD dan SMP Sederajat	16	16
SMA Sederajat	40	40
S1 Sederajat	44	44
Jumlah	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 3 diketahui dari 100 responden dengan tingkat pendidikan SD dan SMP Sederajat sebanyak 16 orang (16%), responden dengan pendidikan SMA sederajat sebanyak 40 orang (40%) dan pendidikan S1 sebanyak 44 orang (44%).

Tabel 4. Karakteristik Tingkat Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pelajar	34	34
PNS	10	10
Karyawan Swasta	24	24
Wiraswasta	24	24
Jumlah	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4 diketahui dari 100 responden sebagian besar responden pekerjaan pelajar sebanyak 34 orang (34%), responden dengan pekerjaan PNS sebanyak 10 orang (10%), responden berprofesi sebagai karyawan swasta sebanyak 32 orang (32%) dan Wiraswasta sebanyak 24 orang (24%)

3.2 Hasil Analisis

Tabel 5. Rangkuman validitas instrumen Kualitas Pelayanan (X_1)

No Item	rhitung	rtabel	Keterangan
KP 1	0,891	0,197	Valid
KP 2	0,837	0,197	Valid
KP 3	0,873	0,197	Valid
KP 4	0,812	0,197	Valid
KP 5	0,588	0,197	Valid
KP 6	0,899	0,197	Valid
KP 7	0,852	0,197	Valid
KP 8	0,591	0,197	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2020

Dari tabel di atas maka dapat dikatakan bahwa butir pertanyaan tentang variabel Kualitas Pelayanan (X_1) adalah valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 6. Rangkuman Validitas Instrumen Harga (X_2)

No Item	rhitung	rtabel	Keterangan
H 1	0,708	0,197	Valid
H 2	0,853	0,197	Valid
H 3	0,795	0,197	Valid
H 4	0,820	0,197	Valid
H 5	0,682	0,197	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2020

Pada tabel 6 pertanyaan tentang variabel Harga (X_2) menunjukkan valid, karena rhitung > r tabel.

Tabel 7. Rangkuman Validitas Instrumen Lokasi (X_3)

No Item	rhitung	rtabel	Keterangan
L 1	0,830	0,197	Valid
L 2	0,825	0,197	Valid
L 3	0,845	0,197	Valid
L 4	0,815	0,197	Valid
L 5	0,790	0,197	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2020

Tabel 7 pertanyaan tentang variabel Lokasi (X_3) menunjukkan bahwa butir pertanyaan untuk variabel Lokasi (X_3) adalah valid, karena rhitung > r tabel.

Tabel 8. Rangkuman Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen (Y)

No Item	rhitung	rtabel	Keterangan
KP 1	0,730	0,197	Valid
KP 2	0,780	0,197	Valid
KP 3	0,710	0,197	Valid
KP 4	0,685	0,197	Valid
KP 5	0,614	0,197	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2020

Pada tabel 8 pertanyaan tentang variabel Kepuasan Konsumen (Y) menunjukkan bahwa butir pertanyaan semuanya valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel.}$

Tabel 9. Hasil Reliabilitas

Variabel	ralpha	rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,919	0,60	Reliabel
Harga (X_2)	0,824	0,60	Reliabel
Lokasi (X_3)	0,878	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,745	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2020

Dari tabel 9 menunjukkan bahwa semua variabel baik Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3) dan Kepuasan Konsumen (Y) adalah reliabel karena mempunyai nilai alfa cronbach > 0,6, sehingga dapat dipergunakan untuk mengolah data selanjutnya.

Tabel 10. Hasil Pengujian Normalitas

Variabel	Sig (2-*tailed*)	p-*value*	Keterangan
Undstadardized residual	0,248	P > 0,05	Normal

Sumber: Data primer diolah, 2020

Dari basil perhitungan uji *Kolmogorov-Smirov* dapat diketahui bahwa *p-value* dari *Undstadardized residual* sebesar 0,248 ternyata lebih besar dari α (0,05), sehingga keseluruhan data tersebut dinyatakan memiliki distribusi normal atau memiliki sebaran data yang normal.

Tabel 11. Hasil Pengujian Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	α	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,454	2,204	10	Tidak terjadi multikolinieritas
Harga	0,458	2,183	10	Tidak terjadi multikolinieritas
Lokasi	0,593	1,686	10	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data primer diolah, 2020

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa VIF < 10, sehingga tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 12. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	taraf signifikansi	Sig.	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0,05	0,574	Bebas Heteroskedastisitas
Harga	0,05	0,557	Bebas Heteroskedastisitas
Lokasi	0,05	0,443	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah SPSS Versi 21.00

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa Nilai probabilitas > 0,5 berarti bebas dari heteroskedastisitas.

Tabel 13. Rekapitulasi Regresi Linier Berganda

Variabel	B	thitung	Sig.	ttabel	Keterangan
(Constant)	8,005				
Kualitas Pelayanan	0,153	3,066	0,003	1,985	H_1 Diterima
Harga	0,220	2,629	0,010	1,985	H_2 Diterima
Lokasi	0,235	3,389	0,001	1,985	H_3 Diterima
R^2= 0,563					
F_{hitung} = 41,287	Sig = 0,000				
F_{tabel} = 2,699					

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil perhitungan program komputer SPSS versi 21.00 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 8,005 + 0,153\ X_1 + 0,220\ X_2 + 0,235\ X_3$ Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka interpretasi dari koefisien masing-masing variabel sebagai berikut: 1) a = Konstanta sebesar 8,005 menyatakan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X_1), variabel Harga (X_2), dan variabel Lokasi (X_3) dianggap konstan maka Kepuasan Konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta sebesar 8,805 satuan. 2) b_1 = 0,153, bila variabel Kualitas Pelayanan (X_1) naik satu-satuan maka Kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,153 satuan atau dapat diartikan juga bila variabel Kualitas Pelayanan (X_1) meningkat maka Kepuasan Konsumen juga akan meningkat. 3) b_2 = 0,220, bila variabel Harga (X_2) naik satu-satuan maka Kepuasan Konsumen akan naik sebesar 0,220 satuan atau dapat diartikan juga bila variabel Harga (X_2) meningkat maka Kepuasan Konsumen juga akan meningkat. 4) b_2 = 0,235, bila variabel Lokasi (X_3) satu-

satuan maka Kepuasan Konsumen akan naik sebesar 0,235 satuan atau dapat diartikan juga bila variabel Lokasi (X_3) meningkat maka Kepuasan Konsumen juga akan meningkat.

Uji t yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dari hasil perhitungan komputer SPSS versi 21.00 dapat diperoleh t_{hitung} sebesar 3,066 sehingga t_{hitung} = 3,066 > t_{tabel} = 1,985, maka Ho ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil ini membuktikan bahwa H_1 menyatakan bahwa "Diduga ada pengaruh secara signifikan Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)" terbukti kebenarannya.

Uji t yang berkaitan dengan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dari hasil perhitungan komputer SPSS versi 21.00 dapat diperoleh t_{hitung} sebesar 2,629. Sehingga t_{hitung} = 2,629> t_{tabel} = 1,985, maka Ho ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil ini membuktikan bahwa H_2 menyatakan bahwa "Diduga ada pengaruh secara signifikan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)" terbukti kebenarannya.

Uji t yang berkaitan dengan Lokasi (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dari hasil perhitungan komputer SPSS versi 21.00 dapat diperoleh t_{hitung} sebesar 3,389. Sehingga t_{hitung} = 3,389 > t_{tabel} = 1,985, maka Ho ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil ini membuktikan bahwa H_1 menyatakan bahwa "Diduga ada pengaruh secara signifikan Lokasi (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)" terbukti kebenarannya.

Dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 41,287, angka tersebut berarti F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} sehingga ketiga variabel independen signifikan mempengaruhi Kepuasan Konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta secara simultan. Ini membuktikan bahwa "Kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen" *fit and good*.

Uji Koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara nol sampai satu, semakin mendekati angka satu dapat dikatakan model tersebut semakin baik.

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,563, hal ini berarti bahwa variabel independen dalam model (Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi) menjelaskan variasi Kepuasan Konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta sebesar 56,3% dan 43,7% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain di luar model.

3.3 Pembahasan

3.3.1 Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan ada pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Dari hasil ini membuktikan bahwa hipotesis pertama menyatakan "Diduga ada pengaruh secara signifikan Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)" terbukti kebenarannya.

Temuan dari hasil penelitian ini bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Nilai positif pada koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan yang Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta maka akan mempengaruhi Kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang baik sangat signifikan sehingga tetap menjadi pertimbangan pihak Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk ditingkatkan lebih lanjut.

3.3.2 Hubungan Harga dengan Kepuasan Konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta.Dari hasil menunjukkan bahwa hipotesis kedua menyatakan "Diduga ada pengaruh secara signifikan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)" terbukti kebenarannya.

Temuan dari hasil penelitian ini bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Nilai positif pada koefisien regresi variabel Harga menunjukkan bahwa semakin baik Harga yang Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta maka akan mempengaruhi Kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa Harga yang baik sangat signifikan sehingga tetap menjadi pertimbangan pihak Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk ditingkatkan lebih lanjut.

3.3.3 Hubungan Lokasi dengan Kepuasan Konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan ada pengaruh Lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Dari hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan

“Diduga ada pengaruh secara signifikan Lokasi (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)”, terbukti kebenarannya.

Temuan dari hasil penelitian ini bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Nilai positif pada koefisien regresi variabel Lokasi menunjukkan bahwa semakin baik Lokasi yang Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta maka akan mempengaruhi Kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa Lokasi yang baik sangat signifikan sehingga tetap menjadi pertimbangan pihak Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk ditingkatkan lebih lanjut.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1) Ada pengaruh Kualitas pelayanan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakart. Hal ini dibuktikan nilai t_{hitung} = 3,066 > t_{tabel} = 1,985 atau nilai signifikan 0,003 < α = 0,05. Jadi hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Diduga ada pengaruh secara signifikan Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)” terbukti kebenarannya.
2) Ada pengaruh Harga yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakart. Hal ini dibuktikan nilai t_{hitung} = 2,629 > t_{tabel} = 1,985 atau nilai signifikan 0,010 < α = 0,05. Jadi hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Diduga ada pengaruh secara signifikan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)” terbukti kebenarannya.
3) Ada pengaruh Lokasi yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakart. Hal ini dibuktikan nilai t_{hitung} = 3,389 > t_{tabel} = 1,985 atau nilai signifikan 0,001< α = 0,05. Jadi hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “Diduga ada pengaruh secara signifikan Lokasi (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)” terbukti kebenarannya.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

a. Diharapkan peneliti dengan cara mendampingi dan mengawasi responden dalam memilih jawaban agar responden fokus dalam menjawab pernyataan agar konsisten.

b. Diharapkan penelitian diharapkan menambah jumlah sampel lebih dari 100 responden obyek penelitian dan menambah waktu yang digunakan penelitian serta menambah jumlah peneliti dalam penelitian ini.
c. Diharapkan penelitian diharapkan menambah jumlah variabel untuk melengkapinya misalnya kualitas produk, promosi dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

Afrinda Khoirista, Edy Yulianto, dan M. Kholid Mawardi (2015), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pada Konsumen Fedex Express Surabaya).

Arikunto. Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.* Edisi Revisi Lima. Rineka Cipta. Jakarta.

Assauri, S. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.

Bailia dkk. 2014, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung-Warung Makan Lamongan di Kota Manado. Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA.* Vol.2 No.3, Hal. 17681780.

Chich, S.S. 2012. *"Empirical study pertaining to the effect of price on customer satisfaction with respect to Dominos and Pizza HUT"*, International Journal of Applied Services Marketing Perspectives, 1 (2), October-December.

Dina Agustine Dan Edwin Agung Wibowo, 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt.Multilindo Utama Batam.

Djarwanto PS dan Pangestu Subagyo. 2012. *Statistik Induktif*. BPFE. Yogyakarta.

Ghozali. Imam. 2015. *Analisis Dengan Program Spss*. Badan Penerbit Undip. Semarang.

Hadi. Sutrisno. 2012. *Metodologi Research.* Andi Offset. Yogyakarta.

Hermanto MZ. 2014, Pengaruh Pelayanan Jasa Service Sepeda Motor Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Astra Motor Plaju Palembang

Ludviyatus Sholeha, Sutrisno Djaja, Joko Widodo, 2018, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Volume 12 Nomor 1.

M. Aziz Mukhlis, 2019, Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T di Muara Bulian.

Ralph Edfrans Tuju dan Sjendry Loindong. 2018, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Sepeda Motor Yamaha Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Hasjrat Abadi Di Manado

Rinawati. 2015. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dan Factor Emotion Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap RSU Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*. Vol. 6 Nomor 6 Hal 97- 109.

Sari Hayati, 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Nilai Konsumen Dan Terhadap Kepuasan Penggunaan Jasa Service (Studi Kasus Pada Bengkel Seruyan Motor), *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis,* 6882.

Sartika Moha dan Sjendry Loindong. 2018, Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.

Sulaiman. Wahid. 2014. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS. Contoh Kasus dan Pemecahannya.* Andi. Yogyakarta.

Suwarto, Anggraini. 2019, Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menabung Di Adzkiyah Khidmatul Ummah Di Kota Metro., *Cam Journal,* Vol 3, No.2.

Tjiptono. F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Andi. Yogyakarta.