



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN HARGA
DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA RUMAH MAKAN PARANGINAN
DESA KAYULAUT**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh

**AHMAD SOBIRIN
NIM. 17 402 00257**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN HARGA
DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA RUMAH MAKAN PARANGINAN
DESA KAYULAUT**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh

**AHMAD SOBIRIN
NIM. 17 402 00257**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS NEGERI ISLAM
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 sihitang. Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080.Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **AHMAD SOBIRIN**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 28 Desember 2022

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Padangsidempuan

Di-

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsian Ahmad Sobirin yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Paranginan di Desa Kayulaut"**. Maka berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Manajemen Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Azwar Hamid, M.A.
NIP. 198603112015031005

PEMBIMBING II

Ja'far Nasution, M.E.I.
NIDN. 2004088205

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AHMAD SOBIRIN
NIM : 17 402 00257
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Paranginan Desa Kayulaut

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum pada pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 28 Desember 2022

Pembuat Pernyataan,



AHMAD SOBIRIN

NIM. 17 402 00257

JURUSAN EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM PADANGSIDEMPUNAN

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AHMAD SOBIRIN
NIM : 17 402 00257
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan hak bebas *Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right)* atas karya Ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Paranginan Desa Kayulaut** dengan hak bebas *Royalti Non Eksklusif* ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media / memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada Tanggal : 28 Desember 2022

Yang menyatakan,



AHMAD SOBIRIN

NIM. 17 402 00257



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website.uinsyahada.ac.id

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : AHMAD SOBIRIN
NIM : 17 402 00257
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA
DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN
PARANGINAN DESA KAYULAUT

Ketua

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIDN. 2025057902

Sekretaris

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E
NIDN. 2027029303

Anggota

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIDN. 2025057902

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E
NIDN. 2027029303

Azwar Hamid, M.A
NIDN. 2111038601

H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si
NIDN. 2013018301

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Sabtu/14 Januari 2023
Pukul : 15.00 WIB – 17.00 Wib
Hasil/Nilai : Lulus / 73 (B)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN PARANGINAN DESA KAYULAUT

NAMA : AHMAD SOBIRIN
NIM : 17 402 00257
IPK : 3.11
PREDIKAT : SANGAT MEMUASKAN

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 14 April 2023



Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Ahmad Sobirin
NIM : 17 402 00257
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Paranginan Desa Kayulaut

Penelitian ini dilatar belakangi oleh tanggapan konsumen yang mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan yang kurang cepat dan kurang tanggap dalam melayani konsumen, sehingga tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Kemudian harga yang disediakan rumah makan Paranginan relatif mahal, sehingga konsumen akan berpikir untuk berbelanja kembali. Dan lokasi yang tidak luas sehingga ketika hendak memarkirkan kendaraan akan sulit apalagi ketika pemasokan barang. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan yang berada di Desa Kayulaut.

Pembahasan pada penelitian berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan konsume. Sehubungan dengan hal itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah observasi, wawancara dan kuesioner/angket. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling insidental* dengan jumlah sampel 91 orang yang ditentukan dengan rumus *Slovin*. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif statistik, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji parsial (t), uji simultan (uji F), uji koefisien determinasi (R²). Untuk mempermudah proses analisis data penelitian ini maka dibantu dengan program SPSS versi 22.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan, yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,101 < 1,66256$). Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,150 > 1,66256$). Lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,203 < 1,66256$). Dan secara simultan kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan Paranginan yang dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14,699 > 2,71$).

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

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian Shalawat serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Paranginan Desa Kayulaut”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Ekonomi Syariah di Universitas Negeri Islam Syekh Hasan Ahmad Addary (UIN) Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan

Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.A., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Hj Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Azwar Hamid, M.A., selaku Pembimbing I, Bapak Ja'far Nasution, M.E.I selaku Pembimbing II dan Bapak H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si selaku pembimbing kuesioner dalam skripsi ini yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu dosen UIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Padangsidempuan.
6. Teristimewa saya Ucapkan terima kasih kepada keluarga tercinta Ayahanda Alm. Zainuddin Lubis dan Ibunda tercinta Almh. Amroh Nasution yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan

dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangNya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada Abang tercinta Turmuzi Lubis, Muhammad Ikhwan Lubis, Kakak tercinta Kholijah Lubis, Nur Saniah Lubis, Almh. Nur Jannah Lubis, dan Ibu Elida Lubis yang tak bosan memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti semoga semuanya sukses dan selalu diridhoi Allah SWT.

7. Terimakasih kepada sahabat-sahabat tercinta Muhammad Riswanuddin Lubis, Alwi Nanda Daulay, Kartika Nasution, Asril Alfarisy, Dody Sofyan, Fuad Ardi, dan Muhammad Akhyar yang selalu memberikan motivasi dan semangat serta dukungan dalam penyelesaian peneliti. Serta sahabat-sahabat seperjuangan di Ekonomi Syariah Manajemen Bisnis-4 Mahasiswa Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan doa kepada peneliti agar tidak putus asa dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

8. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan

dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Desember 2022

Peneliti,

AHMAD SOBIRIN
NIM. 17 402 00257

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonemkonsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf. Berikut ini daftar huruf Arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	'a	·	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	'al	·	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	·	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
—و	dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambing nya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...ا...ا...ا...	fathah dan alif atau ya	-	a dan garis satas
ي...ي...	Kasrah dan ya		I dan garis di bawah
و...و...	ḍommah dan wau	-	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapa tharkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliteraseny aadalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. KataSandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ا. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antarkata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Capital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arab nya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan ke fasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab- Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/SAMPUL	
HALAMAN	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	6
D. Definisi Operasional Masalah	6
E. Rumusan Masalah.....	8
F. Tujuan Penelitian	8
G. Kegunaan Penelitian	9
H. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	
1. Kepuasan Konsumen.....	11
a. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	11
b. Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	12
c. Sifat-sifat Konsumen.....	13
d. Faktor-faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen	14
e. Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam.....	15
f. Indikator-indikator Kepuasan Konsumen	17
2. Kualitas Pelayanan	17
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	17
b. Dimensi Kualitas Pelayanan	19
c. Kiat-kiat Pelayanan Yang Baik.....	20
d. Indikator-indikator Kualitas Pelayanan.....	21
3. Harga	21
a. Pengertian Harga	21
b. Dasar Penetapan Harga	22
c. Peranan Harga	22
d. Tujuan Penetapan Harga	23
e. Indikator-indikator Harga.....	24
4. Lokasi.....	24
a. Pengertian Lokasi.....	24
b. Penentuan Lokasi	25
c. Faktor-faktor Yang Memengaruhi Lokasi	25

d. Indikator-indikator Lokasi	26
5. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	26
6. Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	27
7. Hubungan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen	28
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Pikir	32
D. Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat Dan Waktu Penelitian	34
B. Jenis Penelitian	34
C. Populasi Dan Sampel	34
1. Populasi	34
2. Sampel	35
D. Instrumen Pengumpulan Data	36
1. Observasi	36
2. Wawancara	37
3. Kuesioner	37
E. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen	38
1. Uji Validitas	38
2. Uji Reliabilitas	38
F. Analisis Data	39
1. Statistik Deskriptif	39
2. Uji Normalitas	40
G. Uji Asumsi Klasik	40
1. Uji Multikoleniaritas	40
2. Uji Heteroskedastisitas	40
H. Uji Hipotesis	41
1. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (uji t)	41
2. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (uji F)	41
I. Uji Koefisien Determinasi R²	42
J. Analisis Regresi Berganda	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	44
1. Sejarah Berdirinya Rumah Makan Paranginan	44
2. Visi Dan Misi	45
3. Gambaran Umum Responden	45
B. Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	46
1. Hasil Uji Validitas	46
2. Hasil Uji Reliabilitas	49
C. Hasil Analisis Data	51
1. Hasil Uji Statistik Deskriptif	51
2. Hasil Uji Normalitas	52
3. Hasil Uji Asumsi Klasik	52

a. Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	54
5. Hasil Uji Hipotesis	56
a. Hasil Uji Parsial (uji t)	56
b. Hasil Uji Simultan(uji F).....	57
6. Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	58
D. Pembahasan Hasil Analisis Data	59
E. Keterbatasan Penelitian.....	64

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	66

DAFTAR PUSTKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Definisi Operasional Variabel.....	6
Tabel 2	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3	Pengukuran Skala Likert	37
Tabel 4	Kisi-Kisi Angket	27
Tabel 5	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1)	47
Tabel 6	Hasil Uji Validitas Harga (X_2)	47
Tabel 7	Hasil Uji Validitas Lokasi (X_3).....	48
Tabel 8	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)	49
Tabel 9	Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 10	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	51
Tabel 11	Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 12	Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 13	Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 14	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	55
Tabel 15	Hasil Uji Parsial (Uji t)	56
Tabel 16	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	57
Tabel 17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan ketika kebutuhan dan keinginan dapat terpenuhi melalui produk atau jasa yang dikonsumsi. Kepuasan konsumen tergantung pada kualitas yang diberikan kepada pelanggan, sehingga jaminan kualitas adalah prioritas utama berlaku untuk setiap perusahaan dan saat ini digunakan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.¹ Kepuasan konsumen pada hakekatnya mencakup sikap, dan rasa senang dengan hasil perbandingan yang menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas dan sesuai dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumen dapat menjadikan hubungan yang harmonis antara produsen dengan konsumen, sehingga menciptakan awal yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen dan memberikan informasi yang positif terhadap produk kita sehingga dapat menguntungkan perusahaan.²

Rumah makan paranginan salah satu usaha yang bergerak di bidang bisnis kuliner. Rumah makan paranginan berada kaki gunung Sorik Merapi di Desa Kayulaut Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal yang bergerak pada bulan September

¹Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Qiara Media, 2019), Hlm. 13.

²Didin Fatihudin Dan M. Anang Firmansyah, *Strategi Mengukur Kepuasan Penggan Dan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: Depublish, 2019), Hlm. 18.

2003. Dalam wawancara awal dengan Bapak Ikhwan Nasution sebagai pengelola rumah makan Paranginan yang berada di Desa Kayulaut, dia menyatakan bahwa “biasanya dalam per harinya bil di kasir paranginan kurang lebih 300 per hari, sekarang bil di kasir hanya kurang lebih 200 per hari”.³

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga, kualitas produk, kualitas layanan, lokasi, emosi dan biaya. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada rumah makan paranginan bahwa, hal yang berpengaruh dalam mencapai tingkat kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, harga, kualitas produk dan lokasi. Sebagian besar konsumen yang merasa puas dengan kualitas produk pada rumah makan paranginan. Sedangkan sebagian konsumen merasa tidak puas terutama pada kualitas pelayanan, harga, dan lokasi pada rumah makan paranginan tersebut.

Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan oleh peneliti diantaranya, menurut Bapak Hadi konsumen terkait keluhan para konsumen terhadap pelayanan yang diberikan pihak rumah makan paranginan dalam hal kurang cepat dalam melayani konsumen, hal ini terlihat saat konsumen meminta produk yang diinginkan tidak cepat ditanggapi.⁴ Menurut Ibu Habibah harga yang terlalu mahal

³Bapak Ikhwan, *Hasil Wawancara dengan Pengelola Rumah Makan Paranginan*, 19 Mei 2022. 10.10 WIB.

⁴Bapak Hadi, *Hasil Wawancara dengan Konsumen Rumah Makan Paranginan*, 18 Mei 2022. 13:09 WIB.

yang disediakan oleh pihak rumah makan paranginan yang tidak sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Harga merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan perusahaan, sehingga pelanggan berfikir untuk berbelanja kembali.⁵ Dan menurut Bapak Sahnun lokasi yang kurang strategis menyebabkan kepuasan konsumen dalam menikmati produk di rumah makan tersebut berkurang.⁶

Dari wawancara yang telah dilakukan di atas menunjukkan timbulnya rasa puas berbelanja di rumah makan paranginan tidak ada keluhan baik dari kualitas pelayanan, harga, dan lokasi sehingga tidak merasa kecewa dengan apa yang diharapkan. Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan usaha. Pelanggan yang puas tentu akan mempunyai loyalitas yang tinggi akan senantiasa menggunakan produk atau jasa yang disediakan perusahaan, dan tidak akan terpengaruh jasa yang ditawarkan pihak lain. Sedangkan harga merupakan salah satu alat pemasaran utama dalam pengambilan keputusan.

Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (*persepsi*) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi

⁵Ibu Habibah, *Hasil Wawancara dengan Konsumen Rumah Makan Paranginan*, 18 Mei 2022. 14.00 WIB.

⁶Bapak Sahnun, *Hasil Wawancara dengan Konsumen Rumah Makan Paranginan*, 18 Mei 2022. 14.15 WIB.

keinginan konsumen.⁷ Sedangkan harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Dalam suatu usaha, penentuan harga merupakan suatu kewajiban yang besarnya harus disesuaikan dengan kemampuan target pasar yang telah ditentukan.⁸

Kualitas pelayanan dan harga sama-sama mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan konsumen.⁹ Dari defenisi di atas disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan faktor yang kurang diperhatikan seorang pengusaha sehingga seorang konsumen akan mempertimbangkan untuk membelikan atau menggunakan produk yang ditawarkan. Lokasi adalah tempat atau wilayah dimana pedagang menjualkan barang. Lokasi yang memadai membuat minat berbelanja konsumen tertarik untuk datang melakukan transaksi jual beli di lokasi tersebut. Memilih lokasi yang strategis atau yang mudah dijangkau oleh konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha.¹⁰ Seseorang konsumen cenderung memilih berbelanja yang berlokasi dekat dengan aktivitasnya seperti lokasi yang strategis, dekat pemukiman atau perumahan penduduk, aman, nyaman bagi konsumen yang akan

⁷Novita Sari dan Selfi Setiyowati, *Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di PB Swalayan Metro*, Dalam Jurnal Magister 3, No. 2 (Juli 2, 2017). Hlm. 191.

⁸Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016). Hlm. 19.

⁹Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009). Hlm. 74.

¹⁰Nur Kholiq, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Distro East Project Di Kediri*, (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia Kediri, 2017). Hlm. 34.

berbelanja.

Fenomena yang ditemui peneliti pada rumah makan paranginan yaitu pelayanan yang kurang cepat tanggap dalam melakukan pelayanan pada pelanggan yang datang, harga yang ditawarkan rumah makan terlalu mahal. Pada lokasi terdapat fenomena dimana lokasi yang kurang strategis dan lahan parkir yang kurang luas. Dari fenomena tersebut berpengaruh pada pendapatan pada rumah makan paranginan, biasanya dalam per harinya bil di kasir paranginan kurang lebih 300 per hari, sekarang bil di kasir hanya kurang lebih 200 per hari.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Lina Sari Situmeang pada penelitiannya yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate Medan menunjukkan bahwa “kualitas pelayanan dan harga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate Medan.¹¹

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan paranginan. Dari uraian diatas, peneliti merasa perlu memaparkan lebih lanjut masalah tersebut. Untuk itu peneliti tertarik untuk melakukan

¹¹Lina Sari Situmeang, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017). Hlm. 81-83.

penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Paranginan di Desa Kayulaut**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1 Tingkat kepuasan konsumen yang kurang optimal berpengaruh terhadap penurunan pendapatan setiap bulannya.
- 2 Pelayanan yang diberikan oleh pihak Rumah Makan Paranginan kepada konsumen belum sesuai dengan yang diinginkan dan tidak dengan cepat menanggapi permintaan konsumen.
- 3 Harga yang terlalu mahal yang disediakan oleh pihak Rumah Makan Paranginan.
- 4 Lokasi yang kurang strategis untuk di jangkau oleh pelanggan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dipaparkan di atas, maka masalah di dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Paranginan.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel diperlukan untuk memudahkan pengukuran atau penilaian variabel-variabel yang akan diteliti. Definisi operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel I.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Kualitas pelayanan X1	Kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini yang ada Rumah Makan Paranginan.	1. <i>Reability</i> (kehandalan) 2. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 3. <i>Empaty</i> (empati) ¹²	Ordinal
2	Harga X2	Harga adalah nilai suatu barang dan jasa yang dapat diukur dengan sejumlah uang. Harga dalam penelitian ini merupakan harga produk yang ada pada Rumah Makan Paranginan.	1.Kualitas produk 2.Daya saing harga 3.Keterjangkauan harga. ¹³	Ordinal
3	Lokasi X3	Lokasi adalah suatu area atau tempat tertentu dimana rental itu berada pada Rumah Makan Paranginan.	1.Tempatparkir yang luas. 2.Strategis. 3.Tempat yang menarik. ¹⁴	Ordinal
4	Y	Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa konsumen setelah membandingkan antara	1.Terpenuhi harapan konsumen 2.Loyalitas 3.Reputasi yang baik. ¹⁵	Ordinal

¹²M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012). Hlm. 21.

¹³Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014). Hlm. 79.

¹⁴Edi Kurniawan Dan Rustiana, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim*, Jurnal Manajemen Pelita Bangsa, Vol. 05, No. 03, 2020. Hlm. 29.

		<p>produk dan jasa yang di terima dan yang diharapkannya.</p> <p>Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dari kepuasan pelanggan yang ada Rumah Makan Paranginan.</p>		
--	--	---	--	--

E. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang di atas dalam kajian penelitian ini yang akan menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan konsumen di Rumah Makan Paranginan ?
2. Apakah harga berpengaruh pada kepuasan konsumen di Rumah Paranginan?
3. Apakah lokasi berpengaruh pada kepuasan konsumen di Rumah Makan Paranginan?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh pada kepuasan konsumen di Rumah Makan Paranginan ?

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk dapat mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Paranginan.
2. Untuk dapat mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Paranginan.

¹⁵Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015). Hlm. 50.

3. Untuk dapat mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Paranginan.
4. Untuk dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Paranginan.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan berupa wawasan dan ilmu pengetahuan secara teori sehingga mampu dapat mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk menambah pengetahuan secara teori untuk praktisi bagi Rumah Makan Paranginan dalam peningkatan pelayanan sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

3. Bagi Pihak Akademik

Sebagai bahan acuan dan referensi diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai pengembangan pengetahuan dan memajukan pendidikan.

4. Bagi peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan dapat digunakan oleh peneliti lain dan khalayak umum sebagai bahan referensi sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini dijabarkan sistematika pembahasan penelitian yang terdiri dari V (lima) bab. Hal ini dimasukkan untuk penulisan laporan yang sistematis, jelas dan mudah dipahami. Masing-masing bab terdiri sub dengan rincian sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan yang berisikan uraian tentang latar belakang masalah yang menceritakan fenomena yang mempengaruhi variabel X terhadap variabel Y, identifikasi masalah yang difokuskan pada penelitian yang seharusnya, rumusan masalah apa sebenarnya masalah yang dipecahkan, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II : Landasan Teori yang berisikan kerangka teori, penelitian terdahulu yang sudah lebih dulu melakukan penelitian, kerangka pikir, dan hipotesis atau dugaan sementara terhadap penelitian.

Bab III : Metodologi Penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian yang digunakan, jumlah populasi atau sampel yang digunakan, instrument pengumpulan, uji validitas dan reabilitas instrument, analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan uraian hasil yang di dapat dari pengolahan data-data yang ditemukan, ini berkaitan dengan hasil yang diperkirakan.

Bab V : Penutup terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II **LANDASAN TEORI**

A. Kerangka Teori

1. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.¹⁶ Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan yang diharapkan.¹⁷ Kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Konsumen adalah seseorang yang datang ke suatu tempat yang untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa

¹⁶Sri Rahayu, *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Obyek Wisata* (Palembang: Anugrah Jaya, 2019). Hlm, 49.

¹⁷Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS, 2012). Hlm, 93.

tersebut.¹⁸ Konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh perusahaan. Dalam menentukan tingkat kepuasan, seorang konsumen sering kali melihat dari nilai lebih suatu produk maupun kinerja pelayanan yang diterima dari suatu proses pembelian produk (jasa). Kepuasan konsumen merupakan penilaian dari konsumen atas penggunaan barang atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelum konsumennya.¹⁹

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.²⁰ Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan sikap konsumen terhadap suatu produk atau jasa sebagai hasil dari evaluasi konsumen setelah menggunakan sebuah produk atau jasa. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan produk atau jasa menyenangkan hati.

b. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan, yaitu sebagai berikut:

1) Sistem Keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pada konsumen (*costumercentered*) memberikan kesempatan yang luas bagi para konsumen untuk menyampaikan saran keluhan, misalnya

¹⁸Sri Rahayu, *Op Cit.*, Hlm, 55.

¹⁹Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), Hlm. 162.

²⁰M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004, Hlm.

dengan menyediakan kotak saran, menyediakan kartu komentar, dan sebagainya. Informasi ini dapat memberikan ide-ide dan masukan kepada perusahaan dan memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat mengatasi masalah.

2) Survei Kepuasan Konsumen

Metode ini dapat dilakukan dengan membuat kertas pengaduan saran dan keluhan, telepon, atau wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen, sekaligus memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumennya.

c. Sifat-Sifat Konsumen

Berikut sifat-sifat konsumen yang harus dikenali oleh perusahaan yaitu:²¹

- 1) Konsumen dianggap sebagai raja.
- 2) Konsumen harus dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.
- 3) Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung.
- 4) Konsumen mau diperhatikan.
- 5) Konsumen merupakan sumber pendapatan perusahaan

²¹Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008). Hlm. 89.

d. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen

Ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain sebagai berikut:²²

- 1) Kualitas produk, yaitu konsumen akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
- 3) Emosional, yaitu konsumen merasa puas ketika orang memujinya karena menggunakan merek yang mahal.
- 4) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- 5) Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

²²Etta Mamang Sungadji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013). Hlm. 110.

e. Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam

Dalam ilmu ekonomi islam (*qana'ah*) merupakan cerminan kepuasan dalam islam yang mendorong seseorang baik secara lahiriyah maupun batiniah yang bersikap adil. Dalam konsep islam kepuasan konsumen berkaitan dengan keimanan yang menciptakan rasa syukur. Islam juga mengajarkan dalam sebuah industri baik itu yang bergerak pada bidang produk atau jasa, seorang pelayan toko hendaklah memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumennya, dengan bersikap ramah, berperilaku baik, sopan, dan rendah hati, dan juga memperhatikan dengan baik apa yang diinginkan oleh konsumen. Apabila keinginan konsumen terpenuhi, maka konsumen akan merasa puas dengan pelayanan kita. Seperti yang telah dijelaskan didalam Al-Qur'an Surah Al-Imron ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا
 مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ
 فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian

*apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.*²³

Dalam buku Shalah Abdul Fattah Al-Khalidi menjelaskan bahwa Allah memerintahkan kepada Nabi Muhammad agar membimbing kaum muslimin agar bersikap lemah lembut, khususnya mereka yang telah melakukan kesalahan dan pelanggaran dalam perang Uhud. Sebenarnya cukup banyak hal dalam peristiwa perang Uhud yang dapat mengundang emosi manusia untuk marah. Namun, demikian, cukup banyak pula bukti yang menunjukkan kelemah lembutan Nabi Saw. Beliau bermusyawarah dengan mereka sebelum memutuskan peperangan, beliau menerima usul mayoritas mereka, walau beliau sendiri kurang berkenan, namun beliau tidak memaki dan mempermasalahkan para pemanah yang meninggalkan markas mereka tetapi hanya menegurnya dengan halus dan lainlain.²⁴

Dari ayat tersebut, Allah mengajarkan kepada kita agar selalu bersikap lemah lembut terhadap orang lain dan bukan berarti kita tidak bisa kasar dalam bertindak, namun dalam konteks pelayanan terhadap konsumen, maka sikap lemah lembut tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam memberikan

²³Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Hafalan Mudah* (Jakarta: Quran Cordoba, 2018), Hlm. 71.

²⁴Shalah Abdul Fattah Al-Khalidi, *Mudah Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2, Shahih, Sistematis, Lengkap* (Jakarta: Magfirah Pustaka, 2017). Hlm, 109.

kepercayaan yang merupakan dasar utama dari bisnis. Adapun keterkaitan ayat tersebut dengan kepuasan konsumen adalah tidak lain bagaimana seorang konsumen memperoleh kepuasan atas pelayanan pedagang tersebut. Dengan pelayanan yang ramah, sopan santun, simpatik terhadap konsumen ini yang akan menjadi upaya penjual agar dapat menarik pelanggan. Inilah yang kaitan ayat tersebut dengan kepuasan konsumen.

f. Indikator-indikator Kepuasan Konsumen

Ada beberapa indikator-indikator kepuasan konsumen, yaitu:

- 1) Terpenuhi harapan konsumen
- 2) Loyalitas
- 3) Reputasi yang baik

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berpikir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Kualitas jasa merupakan penilaian atas sejauh mana suatu jasa sesuai dengan apa yang seharusnya

disampaikan.²⁵

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan buruk.

Dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.²⁶ Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan merencanakan, menciptakan dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan.²⁷

²⁵Astuti Dan Matondang, *Manajemen Pemasaran (Ukm Dan Digital Sosial Media)*, (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2020). Hlm, 164.

²⁶Etta Mamang Sungadji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013). Hlm, 79.

²⁷Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008). Hlm, 86.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Untuk mencapai kualitas pelayanan ada beberapa dimensi yang harus dimiliki yaitu:²⁸

1) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Karyawan harus dapat diandalkan oleh pelanggan dalam mengatasi segala masalah yang timbul kepada diri pelanggan.

2) Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik. Karyawan harus tanggap dalam membantu pelanggan yang kesulitan.

3) Bukti Langsung (*Tangible*)

Bukti langsung yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitarnya. Bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior gedung merupakan bentuk fisik yang dapat meyakinkan pelanggan.

4) Jaminan (*Assurance*)

²⁸Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Cv Vrama Widya, 2011). Hlm, 88.

Jaminan yaitu kemampuan pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada perusahaan.

5) Empati (*Empathy*)

Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan pelanggan.

c. Kiat-Kiat Pelayanan yang Baik

Ada beberapa kiat-kiat pelayanan yang baik bagi perusahaan sebagai berikut:

- 1) Semua transaksi dilayani/dilaksanakan dengan cepat, cermat, tepat dan akurat. Cepat artinya waktu pelayanan tidak terlalu lama, jangan biarkan nasabah terlalu lama mengantri untuk dilayani. Cermat artinya jangan ada yang menyimpang dari prosedur yang berlaku. Tepat artinya dilayani sesuai dengan keinginan pelanggan.
- 2) Selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- 3) Berlaku ramah, sopan dan selalu membantu pelanggan.
- 4) Tanggap dan mampu memberikan jawaban atau penjelasan atas keluhan atau keberatan pelanggan, sehingga mampu memberikan respon yang positif pada pelanggan.

d. Indikator-indikator Kualitas Pelayanan

Ada beberapa indikator kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Keandalan (*Reability*)
- 2) Daya tanggap (*Responsiveness*)
- 3) Empati (*Empaty*)

3. Harga

a. Pengertian Harga

Harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.²⁹ Harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.³⁰ Harga sering kali disebut sebagai indikator nilai, jika harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang diterima atas suatu barang atau jasa. Pada tingkat harga tertentu bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula.

Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang digunakan dan merasa nyaman maka konsumen tidak akan berpikir dua kali untuk membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan produk tersebut. Jadi harga adalah salah satu unsur terpenting dalam bauran pemasaran yang memiliki nilai yang

²⁹Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016). Hlm, 289.

³⁰Bob Sabran, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2008). Hlm, 345.

ditukarkan konsumen dan sangat menentukan laku tidaknya barang dipasaran dengan harga yang telah ditetapkan.

b. Dasar Penetapan Harga

Ada beberapa dasar atau faktor penetapan harga sebagai berikut:³¹

1) Faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga

Faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi tujuan pemasaran, strategi bauran pemasaran dan biaya.

2) Faktor eksternal yang mempengaruhi penetapan harga

Faktor eksternal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, persepsi konsumen terhadap harga dan nilai.

c. Peranan Harga

Harga mempunyai peranan penting secara makro dan mikro, yaitu:³²

1) Bagi perekonomian

Harga produk mempunyai pengaruh tingkat upah, sewa, bunga dan laba. Harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal, waktu dan kewirausahaan. Sebagai alokator sumber daya, harga

³¹Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007) Hlm, 85-86.

³²Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010) Hlm, 43.

menentukan apa yang diproduksi dan siapa yang akan membeli barang dan jasa yang dihasilkan.

2) Bagi konsumen atau pelanggan

Dalam penjualan ritel ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga dan ada pula yang tidak. Mayoritas pelanggan agak sensitif terhadap harga, namun mempertimbangkan faktor lain seperti citra merek, lokasi, toko, layanan, nilai, fitur produk dan kualitas. Bagi perusahaan, jika dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan.

d. Tujuan Penetapan Harga

Berikut ini adalah tujuan penetapan harga yang bersifat ekonomis:

1. Memaksimalkan laba

Biasanya penetapan harga ini menghitung tingkat keuntungan yang ingin diperoleh. Semakin besar keuntungan yang ingin didapat, maka semakin tinggi pula harga yang ditetapkan untuk konsumen.

2. Meraih pangsa pasar

Untuk dapat menarik perhatian konsumen yang akan menjadi sasaran pasar atau target pasar maka suatu perusahaan

seharusnya menetapkan harga yang rendah.

3. Mempertahankan pangsa pasar

Ketika perusahaan memiliki pasar tersendiri, maka perlu adanya penetapan harga yang tepat agar tetap mempertahankan pangsa pasar yang ada.

4. Tujuan stabilitas harga

Dalam pasar yang pelanggannya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya maka para pesaing harus menurunkan pula harganya.

e. Indikator-indikator Harga

- 1) Kualitas produk
- 2) Daya saing harga
- 3) Keterjangkauan harga

4. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat yang khusus dan unik dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk berbelanja. Lokasi adalah tempat usaha yang dimana pada pemilik usaha bisa beroperasi dalam menjalankan usahanya dan tempat usaha untuk memberikan pelayanan terhadap konsumen.³³

b. Penentuan Lokasi

Penentuan lokasi adalah hal yang paling utama yang perlu

³³Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Bayu media publishing, 2004). Hlm, 77.

dipertimbangkan. Lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor penting untuk menentukan keberhasilan suatu perusahaan.³⁴ Untuk menentukan lokasi harus mempertimbangkan faktor-faktor karena lokasi usaha akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri. Untuk memudahkan dalam memperoleh bahan baku atau bahan lainnya dalam jumlah yang diinginkan dalam jangka waktu yang sudah diperhitungkan. Untuk memilih lokasi usaha itu adalah tergantung pada jenis usaha yang akan kita jalankan, setelah itu, kita akan mempertimbangkan lokasi yang akan dipilih nantinya sesuai dengan keperluan usaha tersebut.

c. Faktor-faktor yang Memengaruhi Lokasi

1) Suasana

Suasana adalah keadaan sekitar sesuatu atau dalam lingkungan sesuatu.

2) Fasilitas

Fasilitas adalah komponen yang dimana akan memudahkan sebuah perusahaan dalam menjalankan usahanya dan akan memberikan kesan tersendiri untuk kebutuhan konsumen.

d. Indikator-indikator Lokasi

Ada beberapa indikator-indikator lokasi, yaitu:

1) Tempat parkir yang luas

2) Strategis

³⁴Sucipto Agus, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: UIN-Maliki Pers, 2010). Hlm, 89.

3) Tempat yang menarik

5. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam penelitian Novita Elisiah, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Pelayanan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berpikir pada persepsi konsumen. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Kualitas jasa merupakan penilaian atas sejauh mana suatu jasa sesuai dengan apa yang seharusnya diberikan.³⁵

Menurut Winata & Nuansyah bahwa “Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.³⁶ Dari teori di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, jika pelayanan yang disediakan tidak sesuai yang diharapkan konsumen maka kepuasan konsumen akan berkurang.

³⁵Novita Elisiah, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja di Swalayan 88 Padangsidempuan*” (Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2020). Hlm. i.

³⁶Novita Sari dan Selfi Setiyowati, “*Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di PB Swalayan Metro,*” Dalam Jurnal Magister 3, No. 2 (July 2, 2017). Hlm, 191.

6. Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam Penelitian Rustiana dan Edi Kurniawan Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan pernyataan nilai dari suatu produk atau jasa sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diberikan dengan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang mempengaruhi harga.³⁷ Untuk memberikan harga tetap akan mempengaruhi kuantitas yang terjual, secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya yang timbul dengan efisiensi produksi. Oleh karena itu, penetapan harga pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategis penetapan harga memegang peran penting dalam setiap perusahaan.

Dalam penelitian Khussnul Agustina dan Ika Susilowati, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga dan lokasi³⁸. Harga disini yaitu harga yang terjangkau sesuai dengan harapan konsumen. Artinya peran harga dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan Paranginan semakin tinggi harga suatu barang maka akan berdampak pada loyalitasnya pelanggan.

Berdasarkan teori diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga. Jika harga terlalu tinggi

³⁷Kurniawan Dan Edi, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim, (Skripsi UIN Sumatera Utara, 2017). Hlm, 23.

³⁸Agestina, Analisis Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Hanna Kebab Di Kebumen, (Skripsi UIN Sunan Klijaga Surabaya, 2016). Hlm. 6.

maka tingkat kepuasan konsumen akan berkurang.

7. Hubungan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Sry Mulyono dalam bukunya mengatakan bahwa Lokasi adalah tempat dimana pedagang akan menjual barang. Lokasi yang strategis usaha yang strategis dan mudahnya akses kendaraan menuju lokasi usaha tersebut.³⁹ Penelitian Nur Kholiq menyatakan bahwa: “lokasi terhadap kepuasan pelanggan menemukan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *Distro East Project* di Kediri. Artinya lokasi yang strategis dan mudah dijangkau memberikan kepuasan tersendiri bagi para pelanggan.⁴⁰

Menurut Sumiyati dan Eus Soliha dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh lokasi. Artinya semakin baik lokasi, akan meningkatkan kepuasan konsumen.⁴¹

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diketahui lokasi adalah hal yang paling penting terhadap rumah makan Paranginan dikarenakan usaha tidak akan maju tanpa adanya lokasi yang strategis.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, peneliti melampirkan penelitian terdahulu yang didasari sebagai berikut ini:

³⁹Mulyono, *Op. Cit.*, Hlm. 22-23.

⁴⁰NurKholiq, *Op. Cit.*, Hlm. 6.

⁴¹Euis Soliha, “*Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan*”, (Skrpsi UIN Sumatera Utara, 2020). Hlm, 574.

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ahmad Saputra (Jurnal Manajemen Bisnis STIE IBBI 2015)	Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional di Kecamatan Medan Johor)	variabel-variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Secara simultan lokasi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan layak untuk menguji variabel dependen, yaitu kepuasan konsumen. ⁴²
2	Lina Sari Situmeang (Skripsi UIN Sumatera Utara Medan 2017)	Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate Medan	Hasil dari penelitian yang dilakukan Lina Sari Situmeang kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Istana Hot Plate Medan, sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. ⁴³
3	Rosmayani Harahap (Skripsi IAIN Padangsidimpuan 2022)	Pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.	variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah. Sedangkan harga dan lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah. Secara simultan variabel harga, kualitas produk dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara ⁴⁴

⁴²Ahmad Saputra, *Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan*, Jurnal Manajemen Bisnis STIE IBBI, Vol. 23, No. 01 Januari (2015). Hlm, 17.

⁴³Lina Sari Situmeang, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara 2017). Hlm, 84.

⁴⁴Rosmayani Harahap, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara*, (Skripsi IAIN Padangsidimpuan, 2022). Hlm, 80.

4	Novita Elisiah (Skripsi IAIN Padangsidimpuan 2020)	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidimpuan.	cara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, variabel harga, terdapat pengaruh antara variabel harga terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan secara simultan variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Swalayan 88 Padangsidimpuan ⁴⁵
5	Azrul Aziz Siregar (Skripsi IAIN Padangsidimpuan 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel CV. Parsariran	Secara parsial variabel kualitas pelayanan, tidak terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, variabel harga, terdapat pengaruh antara variabel harga terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bengkel CV Parsariran ⁴⁶

Dari tabel penelitian terdahulu di atas, ada perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis. Persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu di atas, yaitu:

⁴⁵Novita Elisiah, *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidimpuan*, (Skripsi IAIN Padangsidimpuan, 2020). Hlm, 64.

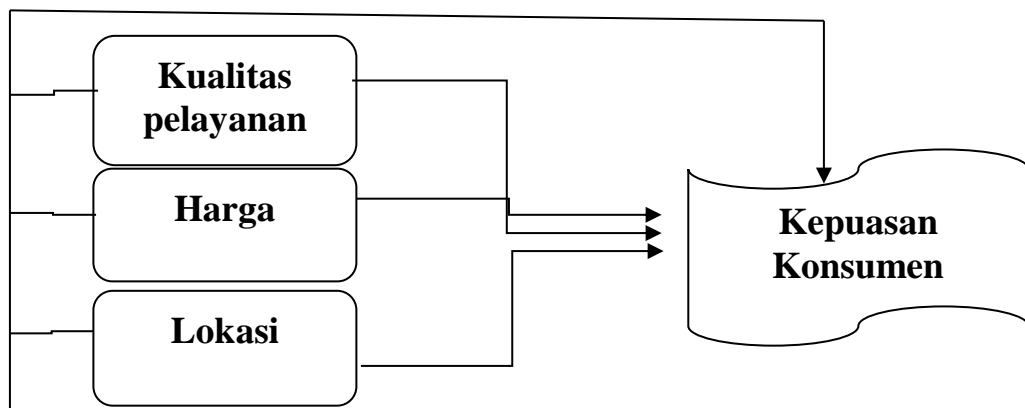
⁴⁶Azrul Aziz Siregar, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel CV. Parsariran*, (Skripsi IAIN Padangsidimpuan, 2019). Hlm, 71.

1. Persamaan penelitian dengan penelitian Ahmad Saputra, lokasi dan kualitas pelayanan sebagai variabel X dan kepuasan konsumen sebagai variabel Y. Sedangkan perbedaannya tempat penelitian.
2. Persamaan penelitian dengan penelitian Lina Sari Situmeang, variabel X penelitian dan variabel Y, sedangkan perbedaannya tempat penelitian yang dilakukan, dimana penelitian ini di lakukan di rumah makan paranginan di desa Kayulaut kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal dan penelitian Lina Sari Situmeang di lakukan di rumah makan istana hot plate Medan.
3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Rosmayani Harahap harga dan lokasi sama-sama variabel X dalam penelitian dan kepuasan konsumen sebagai variabel Y dalam penelitian, sedangkan perbedaannya tempat dan waktu penelitiannya.
4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Novita Elisiah, kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel X dalam penelitian dan kepuasan konsumen sebagai variabel Y dalam penelitian, sedangkan perbedaannya tempat dan pelaksanaan penelitian.
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Azrul Aziz Siregar, kualitas pelayanan dan harga sama-sama sebagai variabel independen sedangkan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen dalam penelitian, sedangkan perbedaannya tempat dan pelaksanaan penelitian.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁴⁷ Berdasarkan hasil analisa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan penjabaran teori mengenai masing-masing variabel, maka dapat dirumuskan kerangka pikir sebagai berikut:

Gambar I
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani, yang terdiri atas akar kata hypo dan thesis. Hypo berarti kurang dari dan thesis berarti pendapat. Dengan demikian, hipotesis dapat didefinisikan sebagai pendapat, jawaban atau dugaan yang bersifat sementara dari suatu persoalan yang diajukan, yang kebenarannya masih perlu dibuktikan

⁴⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012). Hlm, 88.

lebih lanjut.⁴⁸

Berdasarkan kajian teori, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen rumah makan Paranginan.

H₂: Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen rumah makan Paranginan.

H₃: Terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen rumah makan Paranginan.

H₄: Terdapat kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan Paranginan.

⁴⁸Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Parsada, 2005). Hlm, 58.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian di lakukan di Rumah Makan Paranginan yang berada di JL. Lintas Natal Desa Kayulaut Kec. Panyabungan Selatan Kab. Mandailing Natal. Penelitian ini dimulai dari bulan Pebruari 2022 sampai bulan Agustus 2022.

B. Jenis Penelitian

Jenis ini berdasarkan pada jenis data dan analisisnya digolongkan pada jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka. Metode kuantitatif ialah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya.⁴⁹

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Polulasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi juga mengandung arti kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji. Dalam artian lain populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik

⁴⁹Duwi Priyatno, *Analisis Statistic Data Lebih Cepat Lebih Akurat*,(Yogyakarta: Medikom,2011). Hlm, 24.

dan kualitas tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁰

Jadi pengertian populasi dalam statistic tidak terbatas pada sekelompok/kumpulan orang-orang, namun mengacu pada seluruh ukuran, hitungan, atau kualitas yang menjadi fokus suatu kajian. Dengan kata lain populasi juga dapat dikatakan sebagai universal atau sekumpulan kelompok pada individu atau objek yang memiliki karakteristik yang sama. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang pernah membeli, untuk mengetahui sampel yang ingin ditentukan peneliti membuat bil pembayaran di kasir rumah makan Paranginan selama enam bulan. Dimana dalam enam bulan terdapat bil di kasir rumah makan paranginan sebanyak 983.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁵¹ Jika kita hanya akan meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu Sampling Insidental. Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel dalam penelitian ini

⁵⁰Rahmani Nur Ahmadi, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Medan: Febi Uin Su Press, 2016) Hlm, 34.

⁵¹M. Fitri Rahmadana, *SPSS 12.0 For Windows Panduan Praktis Analisis Data Skripsi dan Tesis*, (Bandung: Citapustaka Media, 2006). Hlm, 10

menggunakan rumus slovin yaitu :⁵²

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Persentasi ketidak telitian karena kesalahan (10%)

Maka :

$$n = \frac{983}{1 + 983 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{983}{1 + 983 (0,01)}$$

$$n = \frac{983}{1 + 9,83} = 91$$

Dari perhitungan tersebut, maka penulis mengambil sampel sebanyak 91 orang.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data harus memerlukan informasi dan data yang akan perlukan dalm penelitian ini. Beberapa metode yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu:⁵³

1. Observasi

Yaitu dilakukan dengan pengamatan dan mendata langsung fakta yang dijumpai ditempat objek penelitian dan data yang diberikan oleh perusahaan tersebut.⁵⁴

⁵²*Ibid.* Hlm. 35.

⁵³Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2016) Hlm, 137.

2. Wawancara

Suatu teknik pengumpulan data melakukan komunikasi dengan sumber data primer. Komunikasi tersebut dilakukan melalui dialog tanya jawab secara lisan kepada setiap konsumen, baik langsung maupun tidak langsung terkait dengan objek penelitian yang digunakan.⁵⁵

3. Kuesioner

Metode pengumpulan data ini dengan menggunakan daftar pertanyaan. Daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden dengan harapan memberikan respon yang baik atas dasar pernyataan untuk membantu penulis dalam penyelesaian pembahasan dalam penelitian.⁵⁶

Tabel III.1
Skala Pengukuran

Pertanyaan	Pertanyaan Positif
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel III.2
Kisi-kisi angket

Variabel	Indikator	Nomor Pertanyaan
puasan Konsumen	1. Terpenuhi harapan	2, 3

⁵⁴Hendri Tanjung dan Abrista Dewi, *Metode Penelitian Ekonomi Islam* (Bekasi: Gramata Publishing, 2013), hlm. 83.

⁵⁵*Ibid.*, hlm. 93.

⁵⁶Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif, Op.Cit.* hlm. 59.

(Y)	konsumen 2. Loyalitas 3. Reputasi yang baik	5, 6 8
alitas Pelayanan (X1)	1. Kehandalan 2. Daya tanggap 3. Empati	2, 3 5, 6 8
rga (X2)	1. Kualitas produk 2. Daya saing harga 3. Keterjangkauan harga	2, 3 5 7, 8
kasi (X3)	1. Tempat parkir yang luas 2. Strategis 3. Tempat yang menarik	2,3 5,6 8

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Suatu alat pengukur dikatakan valid, jika alat itu mengukur apa yang harus diukur oleh alat itu.⁵⁷ Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *person product moment* dengan aplikasi SPSS. Adapun kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$ maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$ maka instrument atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan tidak valid.

⁵⁷S.Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003). Hlm, 74.

2. Uji Reliabilitas

Suatu alat pengukur dikatakan *reliable* bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Jadi alat yang *reliable* secara konsisten memberi hasil ukuran yang sama.⁵⁸ Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung *Croanbach Alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dikatakan andal jika memiliki nilai *Croanbach Alpha* $> 0,60$ maka pertanyaan atau pernyataan yang digunakan untuk variabel tersebut tidak reliabel.

F. Analisis Data

Analisis data adalah suatu cara untuk menganalisis data penelitian. Seperti alat-alat statistik yang relevan yang akan digunakan untuk penelitian. Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data. Untuk teknik pengolahan data menggunakan SPSS 23.

1. Statistik Deskriptif

Fungsi Deskriptif antara lain mengkalrifikasi suatu data variabel berdasarkan berdasarkan kelompoknya masing-masing agar mudah untuk diinterpretasikan oleh orang yang membutuhkan informasi tentang keadaan variabel tersebut. Statistik deskriptif merupakan yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud

⁵⁸*Ibid*, hlm. 77.

membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif juga bertujuan untuk menunjukkan nilai *maximum*, *minimum*, *mean* dan *strandar deviation* dari data yang terkumpul.

2. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak.⁵⁹ Model regresi yang baik adalah yang terdistribusi secara normal. Pengujian analisis data dilakukan dengan uji kolmogrov-smirnov dengan taraf signifikan 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 0,05.

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikoleniaritas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan atau korelasi yang tinggi antara variabel independen satu dengan variabel independen lainnya. Adanya hubungan atau korelasi yang tinggi dalam regresi berganda menandakan terdapat gangguan. Dalam penelitian ini uji multikolinearitas menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Standar VIF mengatakan bahwa, apabila harga koefisien VIF lebih besar dari 10 maka terdapat gejala multikolinearitas pada hubungan variabel indepen penelitian tersebut.

⁵⁹Riska Franita, *Mengolah Data Penelitian Bisnis dengan SPSS*, (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2016). Hlm, 55.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan untuk melihat apakah variasi residual absolute sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan statistik (koefisien korelasi speraman dan uji glejser). Pada penelitian ini menggunakan uji glejser, yaitu dengan meregresikan instrumen-instrumenbebas terhadap nilai absolute residualnya. Adapun kriteria yang digunakan dalam uji glejser ini adalah:

- a. Jika nilai Sig $>$ 0.05 Alpha maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai Sig $<$ 0.05 Alpha maka terjadi heteroskedastisitas.

H. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui signifikan antar variabel bebas dan terikat maka dapat membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan kaidah sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (uji F)

Uji F merupakan uji hipotesis secara simultan, yang merupakan langkah yang harus dilewati secara parsial. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama dapat memprediksi variabel dependennya. Kriteria yang digunakan dalam uji ini adalah:

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya secara bersama-sama independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya secara bersama-sama independen berpengaruh terhadap dependen.

I. Uji Koefisien Determinasi R²

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data hasil observasi. Koefisien determinasi menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Semakin besar nilai R² (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik.⁶⁰

Uji ini dilakukan dengan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinan adalah di antara nol dan satu. Nilai R² yang paling kecil berarti kemampuan independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui besarnya kontribusi X₁, X₂, X₃ dan Y.

⁶⁰Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika*, (Yogyakarta: CV Andi, 2010), Hlm.

J. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu suatu model dimana variabel terikat tergantung dua atau lebih variabel bebas. Analisis regresi adalah kelanjutan setelah uji instrumen dan uji asumsi klasik. Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen dua atau lebih.

Setelah data berskala interval, untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara tiga variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1), harga (X2) dan lokasi (X3) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y), digunakan teknik data dengan menggunakan rumus analisis statistik regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + KP1X1 + H2X2 + L3X3 + e$$

Dimana :

KP1 = Kualitas Pelayanan

H2 = Harga

L3 = Lokasi

Y = Kepuasan Konsumen

a = konstanta dari persamaan regresi

KP1 = koefisien regresi dari variabel X1

H2 = koefisien regresi dari variabel X2

L3 = koefisien regresi dari variabel X3

e = variabel pengganggu/error

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Rumah Makan Paranginan

Rumah makan Paranginan merupakan usaha yang bergerak di bidang bisnis kuliner. Rumah makan Paranginan menyediakan berbagai menu kuliner makanan seperti, ikan merah gule, sop sumsum, sop iga sapi, sapi rendang, sambal bawang, ikan mas bakar, dan menu lain-lain. Rumah makan Paranginan terletak di Desa Kayulaut Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal, rumah makan ini salah satu yang sering dikunjungi oleh masyarakat setempat dan luar daerah untuk menikmati menu kuliner yang disediakan.

Rumah makan paranginan mulai bergerak pada bulan September 2003 yang didirikan oleh ibu Suraidah Nasution dan bapak Rusli, awalnya mereka merintis dengan usaha kecil-kecilan dengan mengumpulkan modal Rp. 1.000.000,-. dengan berkembangnya usaha ibu Suraidah Nasution dan bapak Rusli dari tahun ke tahun yang berkembang dengan maksimal dan menghasilkan keuntungan yang memuaskan sehingga mereka membuka rumah makan.

Awal mula pembentukan nama rumah makan Paranginan ini di ambil dari asal usul nenek moyang ibu Suraidah dan bapak Rusli yang berada di Lobu Tolong Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara. Dari perjalanan berdirinya rumah makan

Paranginan ibu Suraidah Nasution dan bapak Rusli ternyata sudah banyak pengalaman yang di dapat termasuk dari keluh-kesah pelanggan. Dari keluhan pelanggan inilah mereka selalu memperbaiki usaha mereka.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Memberikan kepuasan kepada konsumen dalam berbelanja, menjadikan kebutuhan pokok semua orang dapat terpenuhi dan dapat mengembangkan usaha sehingga bisa menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain.

b. Misi

Untuk mencapai misi rumah makan Paranginan, maka yang menjadi misi rumah makan Paranginan, yaitu:

- 1) Berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.
- 2) Memberikan kepuasan kepada konsumen dengan berfokus kualitas pelayanan, harga dan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

3. Gambar Umum Responden

Pengambilan data primer dalam penelitian ini menggunakan instrumen angket yang disebar kepada konsumen yang berbelanja di rumah makan Paranginan yang berada di Desa Kayulaut Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal. Angket tersebut terdiri dari empat bagian yaitu: variabel Y kepuasan konsume, X1 kualitas pelayanan, X2 harga dan X3 lokasi.

Penyebaran angket dilakukan pada 10 September-17 September 2022. Penyebaran angket dilakukan secara langsung dengan menjumpai setiap responden yaitu konsumen pada rumah makan Paranginan. Penyetoran dan pengumpulan angket berlangsung 7 hari, angket terkumpul dengan cepat karena konsumen rumah makan Paranginan banyak berbelanja, sehingga mempermudah peneliti untuk menjumpai para responden.

Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan responden 44 laki-laki dan 47 perempuan yang menjawab angket yang disebar di tempat penelitian. Dari sisi umur responden (35 ke atas) 50 responden dan (35 ke bawah) 41 responden dan sisi pekerjaan peneliti dapatkan data PNS 49 responden dan wirasuwasta 42 responden.

B. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas digunakan 91 responden dengan 8 butir pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan, butir pernyataan harga, butir pernyataan lokasi, dan butir pernyataan variabel kepuasan konsumen. Dimana r_{tabel} dengan jumlah 91 dan $tf=n-2$ ($91-2=89$) adalah 0,1735. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada kolom perse n correlation (r_{hitung}). Adapun hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,723	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=91-2=89$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1735	Valid
X1.2	0,773		Valid
X1.3	0,586		Valid
X1.4	0,734		Valid
X1.5	0,753		Valid
X1.6	0,710		Valid
X1.7	0,723		Valid
X1.8	0,397		Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2022

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan pada tabel IV.1 dapat disimpulkan bahwa angket variabel kualitas pelayanan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid. Sedangkan uji validitas untuk variabel harga sebagai berikut:

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Harga

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,755	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=91-2=89$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1735	Valid
X2.2	0,582		Valid
X2.3	0,738		Valid
X2.4	0,718		Valid
X2.5	0,660		Valid
X2.6	0,645		Valid
X2.7	0,590		Valid
X2.8	0,557		Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2022

Hasil uji validitas variabel harga pada tabel IV.2 dapat disimpulkan bahwa angket variabel harga memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel harga dinyatakan valid. Sedangkan uji validitas untuk variabel lokasi sebagai berikut:

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Lokasi

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,779	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=91-2=89$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1735	Valid
X3.2	0,721		Valid
X3.3	0,561		Valid
X3.4	0,531		Valid
X3.5	0,689		Valid
X3.6	0,485		Valid
X3.7	0,719		Valid
X3.8	0,717		Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2022

Hasil uji validitas variabel lokasi pada tabel IV.3 dapat disimpulkan bahwa angket variabel lokasi memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel lokasi dinyatakan valid. Sedangkan uji validitas untuk variabel kepuasan konsumen sebagai berikut:

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,783	$r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-$	Valid
Y.2	0,874		Valid
Y.3	0,763		Valid

Y.4	0,828	2=91-2=89 dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1735	Valid
Y.5	0,684		Valid
Y.6	0,771		Valid
Y.7	0,728		Valid
Y.8	0,670		Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2022

Hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen pada tabel IV.4 dapat disimpulkan bahwa angket variabel kepuasan konsumen memiliki $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel kepuasan konsumen dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Untuk mengukur reabilitas dengan menggunakan statistik *cronbach alpha*. Instrumen reliabel jika *cronbach alpha* > 0,60. Berikut uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan kepuasan konsumen:

Tabel IV.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ketentuan	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,797	Instrument reliabel jika <i>Cronbach's Alpha</i> > 0,6	Reliabel
Harga	0,798		Reliabel
Lokasi	0,775		Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,888		Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2022

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV.5 diperoleh kesimpulan bahwa hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan (X^1) diperoleh

nilai *cronbach alpha* 0,797 > 0,60 sehingga variabel kualitas pelayanan dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Selanjutnya, untuk variabel harga (X^2) *cronbach alpha* 0,798 > 0,60 sehingga variabel harga dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Selanjutnya, untuk variabel lokasi (X^3) *cronbach alpha* 0,775 > 0,60 sehingga variabel lokasi dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Selanjutnya, untuk variabel kepuasan konsumen (Y) *cronbach alpha* 0,888 > 0,60 sehingga variabel kepuasan konsumen dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

C. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Hasil uji statistik deskriptif dapat dilakukan dengan cara mencari minimum, maksimum, mean, dan standard deviation dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV. 6
Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	91	23	40	33.67	3.409
Harga	91	24	40	32.95	3.507
Lokasi	91	24	40	34.01	3.825
Kepuasan Konsumen	91	24	40	33.64	4.065
Valid N (listwise)	91				

Sumber: Hasil pengolahan data 2022

Hasil uji analisis statistik deskriptif pada tabel IV.6 menjelaskan bahwa variabel biaya kepuasan konsumen mempunyai nilai terendah 24, nilai tertinggi 40 dan nilai rata-rata 33,64 serta nilai simpangan

baku 4,065. Variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai terendah 23, nilai tertinggi 40, dan nilai rata-rata 33,67 serta nilai simpang baku 3,409. Variabel harga mempunyai nilai terendah 24, nilai tertinggi 40, dan nilai rata-rata 32,95 serta nilai simpang baku 3,507. Dan variabel lokasi mempunyai nilai terendah 24, nilai tertinggi 40, dan nilai rata-rata 34,01, serta nilai simpang baku 3,825.

2. Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel IV.7
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.31131257
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.061
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.055 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel IV.7 di atas dapat dinyatakan bahwa nilai signifikansi 0,055. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,55 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya hubungan atau korelasi yang signifikan antara variabel independen. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dilakukan beberapa metode, salah satunya dengan melihat Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), jika nilai Tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas:

Tabel IV.8
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.088	4.111		2.211	.030		
Kualitas Pelayanan	-.015	.149	-.013	-.101	.920	.487	2.054
Harga	.610	.119	.527	5.150	.000	.730	1.371
Lokasi	.145	.121	.137	1.203	.232	.589	1.698

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil pengolahan data 2022

Hasil uji multikolienaritas pada tabel di atas nilai VIF variabel kualitas pelayanan adalah 2.054, variabel harga adalah 1.371 dan variabel lokasi adalah 1.698. maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari ketiga variabel di atas < 10. Sementara itu nilai toleransi untuk variabel di atas kualitas pelayanan adalah

0,487, variabel harga adalah 0,730, dan untuk variabel lokasi adalah 0,589. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance dari ketiga variabel di atas $> 0,10$. Berdasarkan dari penilaian tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yang telah diolah dapat melihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.370	2.353		3.558	.001
Kualitas Pelayanan	-.046	.085	-.079	-.538	.592
Harga	-.127	.068	-.225	-1.867	.165
Lokasi	.000	.069	.000	-.002	.999

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Hasil pengolahan data 2022

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel kualitas pelayanan $0,592 > 0,05$, variabel harga sebesar $0,165 > 0,05$, dan variabel lokasi sebesar $0,999 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil uji analisis linear yang telah diolah dapat melihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.10
Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.088	4.111		2.211	.030
Kualitas Pelayanan	-.015	.149	-.013	-.101	.920
Harga	.610	.119	.527	5.150	.000
Lokasi	.145	.121	.137	1.203	.232

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil pengolahan data 2022

Berdasarkan uji hasil regresi linier berganda pada tabel di atas, maka persamaan regresi yang digunakan:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$\text{Kepuasan konsumen} = 9,088 + 0,015 \text{ kualitas pelayanan} + 0,610 \text{ harga} + 0,145 \text{ lokasi} + 4,111 e$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai konstanta adalah 9,088 artinya jika variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), dan lokasi (X_3) nilai 0, maka kepuasan konsumen 9,088.
- b. Koefisien regresi kualitas pelayanan senilai 0,015 artinya apabila variabel kualitas pelayanan ditambah 1 satuan, maka kepuasan konsumen bertambah sebesar 0,015 dari nilai konstanta. Koefisien

bernilai positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

- c. Koefisien regresi harga senilai 0,610 artinya apabila variabel harga ditambah 1 satuan, maka kepuasan konsumen bertambah sebesar 0,610 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dengan kepuasan konsumen.
- d. Koefisien regresi lokasi senilai 0,145 artinya apabila variabel harga ditambah 1 satuan, maka kepuasan konsumen bertambah sebesar 0,145 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara lokasi dengan kepuasan konsumen.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji parsial (Uji t) yang telah diolah dapat melihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.11
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.088	4.111		2.211	.030
Kualitas Pelayanan	-.015	.149	-.013	-.101	.920
Harga	.610	.119	.527	5.150	.000
Lokasi	.145	.121	.137	1.203	.232

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil pengolahan data 2022

Berdasarkan uji parsial di atas, maka dapat diketahui bahwa jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya tidak terdapat pengaruh antara

variabel independen terhadap variabel dependen yang diperoleh dengan rumus $df = n-k-1$, $df = 91 - 3 - 1 = 87$ sebesar 1,66256.

Dengan nilai berikut:

- 1) Kualitas pelayanan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,101 < 1,66256$ artinya tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- 2) Harga dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,150 > 1,66256$ artinya adanya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
- 3) Lokasi dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $1,203 < 1,66256$ artinya tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Jadi, dapat disimpulkan variabel harga terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas pelayanan dan lokasi tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji simultan (Uji F) yang telah diolah dapat melihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.12
Hasil Uji Simultan (F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	500.202	3	166.734	14.699	.000 ^b
	Residual	986.831	87	11.343		
	Total	1487.033	90			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil pengolahan data 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 14,699. Sedangkan f_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n-k-1$, $df = 91-3-1 = 87$ yaitu sebesar 2,71, sehingga dapat disimpulkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($14,699 > 2,71$) artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari variabel independen (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisa dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan kedalam model. Adapun hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.580 ^a	.336	.313	3.368

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil pengolahan data 2022

Berdasarkan tabel di atas hasil koefisien determinasi dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,580 artinya kolerasi antara variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Paranginan Desa Kayulaut. Nilai R^2 sebesar 0,336 artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen sebesar 33,6% sedangkan sisanya sebesar 66,4%

dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model ini.

D. Pembahasan Hasil Analisis Data

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan Desa Kayulaut

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan Desa Kayulaut, yaitu hasil uji parsial menyatakan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,101 < 1,66256$ disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial pada kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan Desa Kayulaut.

Hasil penelitian ini didukung dengan teori Fajar Laksana dalam buku "*Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*" menyatakan bahwa "Kualitas pelayanan merupakan kemampuan merencanakan, menciptakan dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan."⁶¹

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Azrul Aziz Siregar yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada CV.Parsariran, menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap

⁶¹Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), Hlm. 86.

kepuasan pelanggan pada CV.Parsariran.⁶²

Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak terdapat pengaruh kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan Desa Kayulaut. Dengan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden menunjukkan bahwa setuju kualitas pelayanan yang diberikan di rumah makan Paranginan Desa Kayulaut baik dan sesuai yang diinginkan konsumen.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan Desa Kayulaut

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan Desa Kayulaut, yaitu hasil uji parsial menyatakan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,150 > 1,66256$ disimpulkan bahwa harga berpengaruh secara parsial pada kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan Desa Kayulaut.

Hasil penelitian ini didukung dengan teori Abdul Manap dalam buku “*Revolusi Manajemen Pemasaran*” menyatakan bahwa “Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.”⁶³

⁶²Azrul Aziz Siregar, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel CV. Parsariran, (Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2019). Hlm, 76.

⁶³Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016). Hlm, 289.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Novita Elisiah yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan, menyatakan bahwa variabel harga terdapat pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan.⁶⁴

Dapat disimpulkan bahwa variabel harga terdapat pengaruh kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan Desa Kayulaut. Dengan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden menunjukkan bahwa tidak setuju dengan harga yang disediakan rumah makan Paranginan. Oleh karena itu, rumah makan Paranginan harus memperhatikan keluhan konsumen terutama harga yang yang disediakan.

3. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan Desa Kayulaut

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan Desa Kayulaut, yaitu hasil uji parsial menyatakan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $1,203 < 1,66256$ disimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh secara parsial pada kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan Desa Kayulaut.

⁶⁴Novita Elisiah, *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan*, (Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2020). Hlm, 64

Hasil penelitian ini didukung dengan teori Fandy Tjiptono dalam buku "*Pemasaran Jasa*" menyatakan bahwa lokasi merupakan tempat usaha yang dimana pada pemilik usaha bisa beroperasi dalam menjalankan usahanya dan tempat memberikan pelayanan terhadap konsumen.⁶⁵ Lokasi juga harus memiliki tempat yang strategis dimana konsumen dapat menjangkau tempat usaha dengan mudah aman dan memiliki tempat parkir yang luas. Hal ini berarti semakin baik lokasi dalam sebuah usaha maka semakin baik juga kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Rosmayani Harahap yang berjudul pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara, menyatakan bahwa variabel lokasi tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.⁶⁶

Dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi tidak terdapat pengaruh kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan Desa Kayulaut. Dengan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden menunjukkan bahwa setuju dengan lokasi yang ada di rumah makan Paranginan Desa Kayulaut baik.

⁶⁵Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Bayu Media Publishing, 2004), Hlm 77.

⁶⁶Rosmayani Harahap, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara*, (Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2022). Hlm, 80.

4. Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan Desa Kayulaut

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan Desa Kayulaut, yaitu hasil uji simultan menyatakan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $14,699 > 2,71$ disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh secara simultan pada kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan Desa Kayulaut.

Hasil penelitian ini didukung dengan teori Danang Sunyoto dalam buku “*Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*” menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja, produk yang diterima dan diharapkan.⁶⁷

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Lina Sari Situmeang yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate Medan, menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terdapat pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen rumah makan istana hot plate Medan.⁶⁸

⁶⁷Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS, 2012), Hlm. 193.

⁶⁸Lina Sari Situmeang, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara 2017). Hlm, 84.

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun dengan sedemikian rupa, agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin, namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan menyusun skripsi ini, yaitu:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih kurang.
2. Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana peneliti yang tidak mencukupi penelitian lebih lanjut.
3. Dalam penyebaran angket, peneliti tidak mengetahui kejujuran dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.

Walaupun demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan di desa Kayulaut dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,101 < 1,66256$, artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan di desa Kayulaut.
2. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa harga dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,150 > 1,66256$, artinya harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan di desa Kayulaut.
3. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa lokasi dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $1,203 < 1,66256$, artinya lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan di desa Kayulaut .
4. Hasil uji secara simultan (uji F) bahwa nilai F_{hitung} kualitas pelayanan, harga, dan lokasi sebesar 14,699, sedangkan F_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ yaitu $df = 91 - 3 - 1 = 87$ nilai F_{tabel} sebesar 2,71.

Dapat disimpulkan bahwa dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $14,699 > 2,71$, artinya kualitas pelayanan, harga, dan lokasi mempunyai pengaruh secara simultan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan di desa Kayulaut.

B. Saran

Setelah penelitian melakukan semua tahap-tahapan dan berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan dalam penelitian ini ada beberapa saran yang peneliti rangkum untuk penelitian dimasa yang akan datang, antara lain sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik maupun yang berminat untuk mengangkat judul pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Paranginan di Desa Kayulaut agar menggali lagi faktor-faktor selain faktor yang sudah dibuat dalam penelitian ini.
2. Untuk rumah makan Paranginan yang berada di Desa Kayulaut agar memperhatikan kualitas pelayanan, harga, dan lokasi karena variabel tersebut memberikan sumbangan yang besar dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrista Dewi , H. (2013). *Metode Penelitian Ekonomi Islam* . Bekasi: Gramata Publishing.
- Agestina. (2016). *Analisis Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Hanna Kebab Di Kebumen*. Surabaya: UIN Sunan Kalijaga .
- Agus, S. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang : UIN-Maliki Pers.
- Ahmadi, R. N. (2016). *Metode Penelitian Ekonomi* . Medan: FEBI UINSU Pres.
- Al-Khalidi, S. A. (2017). *Mudah Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2, Shahih, Sistematis, Lengkap*. Jakarta: Maghfirah Pustaka.
- Damisa , A. D. (2022). Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner. *Pengabdian Masyarakat Bestari (JPMB)*, 271-280.
- Departemen Agama Republik Indonesia . (2018). *Al-Qurán Hafalan Mudah*. Jakarta: Qurán Cordoba.
- Dwi Endah Kusriani, S. (2010). *Ekonometrika*. Yogyakarta: CV Andi.
- Elisiah, N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Di Swalayan 88 Padangsidempuan*. Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan.
- Fatihuddin , D. (2019). *Strategi Mengukur Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Depublish.
- Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta : Qiara Media.
- Ginting, H. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Vrama Widya.
- Habibah, I. (2022, Mei 18). Hasil Wawancara Dengan Konsumen Rumah Makan Paranginan. p. 14.00 WIB.
- Hadi, B. (2022, Mei 18). Hasil Wawancara Dengan Konsumen Rumah Makan Paranginan. p. 13.09 WIB.
- Hardana , A. (2015). Manajemen Sumber Daya Insani. *Al-Sharif*, 115-125.
- Hardana, A. D. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. BSI Cabang Padangsidempuan. *Masharif al-Syariah*, 828-838.
- Harahap, R. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Grosir Saidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara* . Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan.

- Ikhwan, B. (2022, Mei 19). Hasil Wawancara Dengan Pengelola Rumah Makan Paranginan. p. 10.10 WIB.
- Kasmir. (2014). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2016). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kholiq, N. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Distro East Project di Kediri*. Kediri: Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Machfoedz, M. (2007). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Matondang, A. (2020). *Manajemen Pemasaran (Umkm Dan Digital Sosial Media)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Nasser, A. H. (2017). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Di Puskesmas Marancar Udik Kabupaten Tapanuli Selatan. *Al-Sharif*, 110-112.
- Nasution, J. D. (2019). Pengaruh Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *At-Tijarah*, 310-322.
- Nasution, M. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nasution, S. (2003). *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pranita, R. (2016). *Mengolah Data Penelitian Bisnis Dengan SPSS*. Medan: Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Priyatno, D. (2011). *Analisis Data Lebih Cepat Lebih Akurat*. Yogyakarta: Medikom.
- Rahayu, S. (2019). *Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Obyek Wisata*. Palembang: Anugrah Jaya.
- Rahmadana, F. (2006). *SPSS 12.0 For Windows Panduan Praktis Analisis Data Skripsi Dan Tesis*. Bandung: Cita Pustaka Media.
- Rianto, N. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Rustiana, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim. *Manajemen Pelita Bangsa*, 29-30.
- Sabran, B. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Sahnan, B. (2022, Mei 18). Hasil Wawancara Dengan Konsumen Rumah Makan Paranginan. p. 14.15 WIB.

- Saputra, A. (2015). Pengaruh Lokasi Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan. *Manajemen Bisnis STIE IBBI*, 17-19.
- Selfi Setiyowati, N. (2017). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Di PB Swalayan Metro. *Magister 3, No 2* , 191-195.
- Siregar, A. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel CV Parsariran*. Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan.
- Situmeang , L. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara .
- Soliha, E. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan* . Medan: UIN Sumatera Utara.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Kuantitatif, Kualitatif*. Alfabeta: Bandung.
- Sungadji, E. M. (2013). *Prilaku Konsumen Pendekatan Praktis* . Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sunyoto , D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Sutrisno, E. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia* . Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Teguh, M. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2004). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. Yogyakarta: CV Andi Offset.