

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA WHT'S UP CAFÉ MANADO**

*THE EFFECT OF WORK EXPERIENCE, COMPENSATION, AND MOTIVATION ON
EMPLOYEE PERFORMANCE IN PT. UNILEVER. TBK AT MANADO*

Oleh :

Chairudin Sofyan¹
Jantje L. Sepang²
Sjendry Loindong³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail :

¹khozadidin@gmail.com

²janjtesepang@unsrat.ac.id

³loindong18s@gmail.com

Abstrak : Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang cafe. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada What's Up Café Manado baik secara simultan maupun parsial. Metode analisis yang dilakukan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas layanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan Pada What's Up Café Manado, sedangkan secara parsial harga tidak berpengaruh. Perusahaan sebaiknya meningkatkan kualitas layanan dan lokasi yang sudah ada serta tetap memperhatikan kestabilan harga yang ditawarkan, maka akan meningkatkan minat pelanggan serta memberikan rasa puas kepada pelanggan yang datang ke What's up café Manado.

Kata Kunci: *kualitas pelayanan, harga, lokasi, kepuasan konsumen, what's up café manado*

Abstract : *In the current era of globalization, the business world is developing very rapidly, one of which is a business in the cafe. The number of businesses that have arisen resulted in an increase in the number of businesses of a similar nature causing increasingly fierce competition. So to deal with such situations and circumstances, entrepreneurs must be able and fast and responsive in making decisions so that the businesses they establish can develop properly. In winning competition, companies must be able to understand the needs and desires of their customers. By understanding the needs and desires of customers, it will provide important input for companies to design marketing strategies in order to create satisfaction for their customers and be able to survive in the market competition. This study aims to determine the effect of service quality, price and location on consumer satisfaction at What's Up Cafe Manado, both simultaneously and partially. The analytical method used is multiple linear regression. The results showed that simultaneous service quality, price and location affect customer satisfaction at What's Up Café Manado, while partially the price has no effect. Companies should improve the quality of services and existing locations and still pay attention to the stability of prices offered, it will increase customer interest and provide satisfaction to customers who come to Manado's café.*

Key Word: *service quality, price, location, consumer satisfaction, what's up café Manado*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang cafe. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Selain kualitas pelayanan, harga juga factor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga merupakan salah satu factor penting dalam penjualan. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa juga harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena lokasi yang strategis dan nyaman lebih menguntungkan perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan makanan dan minumannya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada What's Up Café Manado.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada What's Up Café Manado.
3. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada What's Up Café Manado.
4. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada What's Up Café Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2004) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.

Harga

William J. Stanton (1998) mendefinisikan harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Menurut Kotler dan Armstrong, harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Lokasi

Peter dan Olson (2014:268) mendefinisikan Lokasi adalah tempat atau berdirinya perusahaan tempat usaha. Tempat yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen, dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Seperti yang telah dikatakan oleh Kotler (2009:94) lokasi atau tempat juga harus bisa memasarkan atau mempromosikan dirinya sendiri.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Engel, *et al* (2000:11). Dari definisi di atas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat sangat puas. Apabila perusahaan menfokuskan pada kepuasan tinggi maka para konsumen yang kepuasannya hanya pas, akan mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Sedangkan konsumen yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional dan hasilnya adalah kesetiaan konsumen yang tinggi.

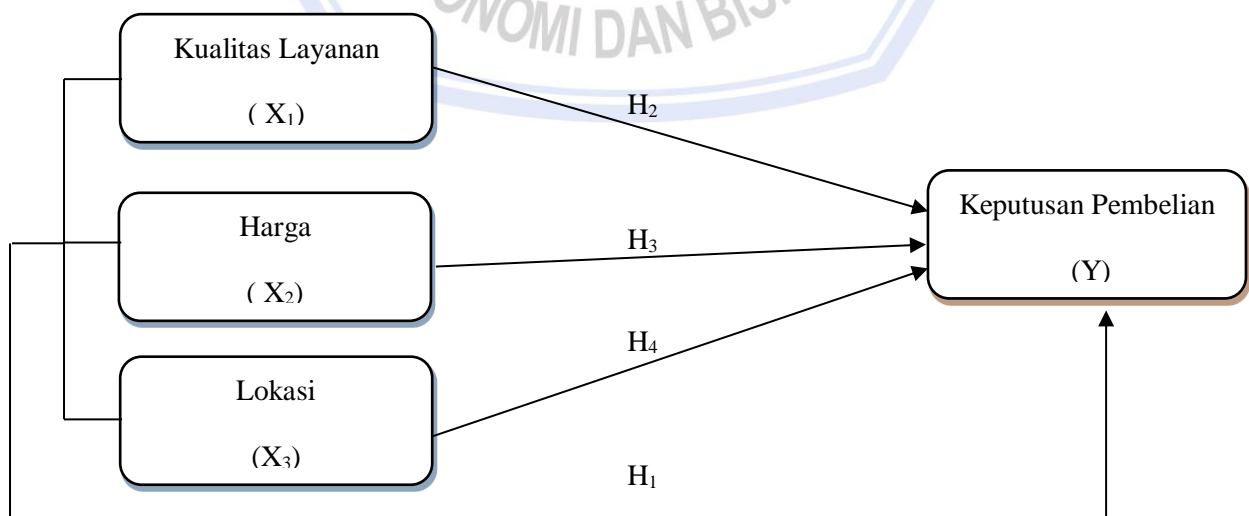
Penelitian Terdahulu

Jacklin (2017) mengenai produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil nissan x-trail pada PT. wahana wirawan Manado. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil nissan x-trail pada PT. wahana wirawan manado. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana.

Jefry (2014) mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di kota Manado. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di kota Manado. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di kota Manado.

Sartika (2017) mengenai analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada hotel yuta di kota Manado. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada hotel yuta di kota Manado. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan.

Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 1. Kerangka Hipotesis Penelitian

Sumber : *Kajian Teori*, 2018

Hipotesis Penelitian

- H1: Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara bersama diduga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen
H2: Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen
H3: Harga diduga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen
H4: Lokasi diduga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

METODE PENELITIAN**Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012:112). Penelitian ini mencari hubungan, antara variabel bebas Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi (X), terhadap variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di What's Up café Kawasan Megamas Blok 3C Manado atau objek tersebut dipilih karena mudah dalam melaksanakan penelitian mengingat bahwa sebaran lokasi tidak terlalu luas pada bulan Juni - Agustus 2018.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke What's Up Café Manado yang berjumlah 15.025 orang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 99 responden.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan terbuka atau tertutup dan dapat diberikan kepada responden secara langsung ataupun tidak langsung. Kuesioner pada penelitian ini akan dibagikan kepada jumlah sampel yang telah penulis tentukan yaitu Pengunjung What's Up Café Manado. Pengukuran data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah skala Likert.

Metode Analisis Data**Uji Validitas**

Uji validitas merupakan derajat kecepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data "yang tidak berbeda" antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2010:455).

Uji Realibilitas

Reliabilitas/keandalan (derajat konsistensi) adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya realibilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur (Mustafa, 2009:87).

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Suatu analisis dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 (Ghozali, 2009:97).

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan

lain tetap, maka disebut homoskedastitas dan jika berbeda disebut heteroskedastitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastitas atau tidak terjadi heteroskedastitas (Ghozali, 2009:103).

Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal (Ghozali, 2009:110). Cara termudah untuk melihat normalitas yaitu analisis grafik. Analisis grafik digunakan untuk melihat normalitas data dilakukan dengan melihat grafik histogram dan kurva normal *probability plot*.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda diperlukan guna mengetahui koefisien-koefisien regresi serta signifikan sehingga dapat dipergunakan untuk menjawab hipotesis.

Uji t (secara parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2009:115). Kriteria yang digunakan adalah: (Ghozali, 2013:67).

1. $H_0 : b_1 = 0$
Artinya, tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variabel independen.
2. $H_a : b_1 > 0$
Artinya, ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variabel independen.

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Taraf Signifikan ($\alpha = 0,01$)
2. Distribusi t dengan derajat kebebasan (n)
3. Apabila t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Apabila t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Uji F (secara simultan)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013).

Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F-test di atas yaitu:

1. $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$
Artinya, tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3) dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y).
2. $H_a : b_1, b_2, b_3 > 0$
Artinya, ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3) dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y).
Menentukan F tabel dan F hitung dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,1$), maka:
 - a. Jika F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
 - b. Jika F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas dan Reabilitas

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Oleh sebab itu instrumen penelitian harus diuji terlebih dahulu dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menggunakan koefisien korelasi pearson. Jika nilai korelasi di atas 0,3 mengindikasikan Instrumen yang digunakan telah valid. Uji reliabilitas menggunakan koefisien alpha cronbach. Jika nilai alpha di atas 0,5 mengindikasikan instrumen yang digunakan telah reliabel.

Hasil uji validitas dan reliabilitas pada instrumen penelitian menggunakan software SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation	r tabel	Sig	Alpha	Status
Kualitas Pelayanan (X ₁)	1	0.692	0.1975	0.000	0.05	Valid
	2	0.828	0.1975	0.000	0.05	Valid
	3	0.792	0.1975	0.000	0.05	Valid
	4	0.751	0.1975	0.000	0.05	Valid
	5	0.745	0.1975	0.000	0.05	Valid
Harga (X ₂)	1	0.603	0.1975	0.000	0.05	Valid
	2	0.756	0.1975	0.000	0.05	Valid
	3	0.612	0.1975	0.000	0.05	Valid
	4	0.753	0.1975	0.000	0.05	Valid
Lokasi (X ₃)	1	0.731	0.1975	0.000	0.05	Valid
	2	0.765	0.1975	0.000	0.05	Valid
	3	0.552	0.1975	0.000	0.05	Valid
	4	0.462	0.1975	0.000	0.05	Valid
	5	0.758	0.1975	0.000	0.05	Valid
Kepuasan konsumen (Y)	1	0.671	0.1975	0.000	0.05	Valid
	2	0.830	0.1975	0.000	0.05	Valid
	3	0.705	0.1975	0.000	0.05	Valid

Sumber: Hasil olahan data SPSS 22.0, 2018

Hasil dari Tabel 1 menunjukkan bahwa setiap variabel yang diteliti sudah valid. Hal ini ditunjukkan lewat nilai *Pearson Correlation* yang lebih dari nilai r tabel.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0.818	Sangat Reliabel
Harga (X ₂)	0.619	Reliabel
Lokasi (X ₃)	0.683	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.576	Cukup Reliabel

Sumber: Hasil olahan data SPSS 22.0, 2018

Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel yang diteliti sudah reliabel, ini ditunjukkan lewat nilai *Cronbach Alpha* dari setiap variabel yang lebih dari 0,60

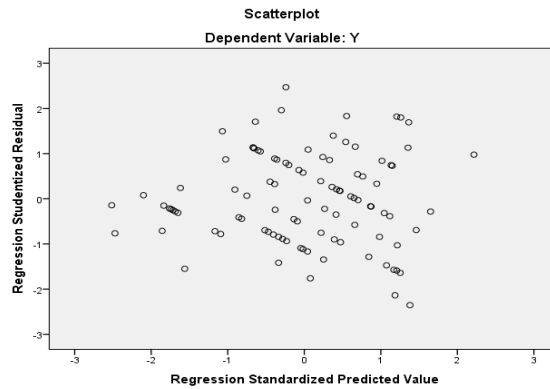
Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	1.396	0.717	Non multikolinieritas
Harga (X ₂)	1.229	0.814	Non multikolinieritas
Lokasi (X ₃)	1.186	0.843	Non multikolinieritas

Sumber: Hasil olahan data SPSS 22.0, 2018

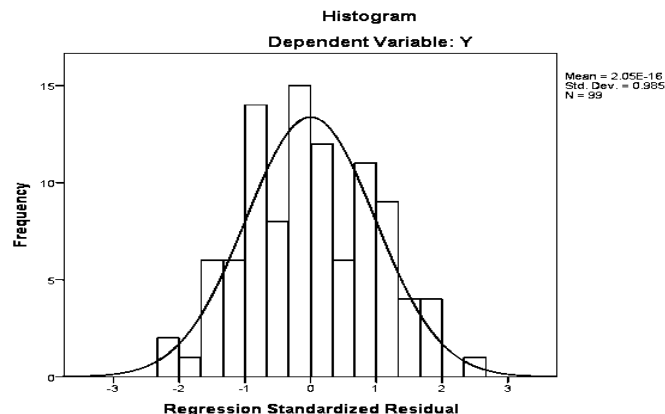
Hasil dari perhitungan terlihat pada Tabel 3 menghasilkan nilai VIF untuk seluruh variabel X (X₁ Kualitas Pelayanan, X₂ Harga, X₃ Lokasi) kurang dari 10 (<10) dan nilai *Tolerance* untuk seluruh variabel X (X₁ Kualitas Pelayanan, X₂ Harga, X₃ Lokasi) lebih dari 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model penelitian ini.

Uji Heterokedastisitas**Gambar 2 Hasil Uji Heterokedastisitas***Sumber: Olahan data SPSS 22.0, 2018*

Gambar 2 menyatakan bahwa grafik Scatterplot yang ditampilkan untuk uji heterokedastisitas menampakan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Uji Normalitas

Uji normalitas yang dilakukan melalui pendekatan grafik (*histogram dan P-Plot*) hasilnya sebagai berikut :

**Gambar 3 Hasil Uji Normalitas***Sumber: Olahan data SPSS 22.0, 2018*

Gambar 3 menunjukkan bahwa kurva normal pada histogram diatas, dapat dikatakan bahwa model berdistribusi normal, karena membentuk lonceng.

Analisis Regresi Linear Berganda**Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	2.554	1.029		2.482	.015			
Kualitas_Pelayanan	.166	.058	.266	2.875	.005	.717	1.396	
Harga	-.044	.057	-.067	-.777	.439	.814	1.229	
Lokasi	.321	.053	.514	6.037	.000	.843	1.186	

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Olahan data SPSS 25.0, 2018

Hasil pengujian Tabel 4 dapat ditulis dalam bentuk persamaan regresi bentuk *Standardized Coefficients* diperoleh persamaan sebagai berikut: $Y = 2.554 + 0.166X_1 - 0.044X_2 + 0.321X_3$

Dimana:

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Harga

X_3 = Lokasi

Y = Kepuasan Konsumen

Hasil persamaan regresi berganda tersebut diatas memberikan pengertian bahwa :

1. Nilai constant sebesar 2,554 memberikan pengertian bahwa jika faktor Kualitas pelayanan, harga dan lokasi tidak dilakukan atau sama dengan nol (0) maka besarnya Kepuasan konsumen adalah 2,554%.
2. Untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1) koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila Kualitas Pelayanan (X_1) Meningkatkan 1%, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,166%.
3. Untuk Variabel Harga (X_2) koefisien regresinya adalah negatif, hal ini dapat diartikan apabila Harga (X_2) menurun 1%, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan menurun sebesar - 0,044%.
4. Untuk Lokasi (X_3) koefisien regresinya adalah Positif , hal ini dapat diartikan apabila Lokasi (X_3) meningkat 1%, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,321%.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara simultan variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 5. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	218.313	3	128.554	22.764	.000 ^b
Residual	303.687	95	3.197		
Total	522.000	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), lokasi, Harga, Kualitas_Pelayanan

Sumber: Hasil olahan data SPSS 22.0, 2018

Berdasarkan tabel 5 (tabel ANOVA yang dihasilkan dari analisis regresi dengan bantuan program SPSS. Hasil perhitungan didapatkan angka F hitung (22.764) > F tabel (2,70) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y).

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.sebagai nilai t hitung yang akan dibandingkan dengan nilai t tabel.

Tabel 6 Hasil Uji t-Test (uji parsial)

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.554	1.029		2.482	.015		
	Kualitas_Pelayanan	.166	.058	.266	2.875	.005	.717	1.396
	Harga	-.044	.057	-.067	-.777	.439	.814	1.229
	Lokasi	.321	.053	.514	6.037	.000	.843	1.186

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Olahan data SPSS 22.0, 2018

Hasil analisis regresi pada tabel 6 menyatakan bahwa:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 2,875 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1.661 dengan tingkat signifikan $0,005 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak artinya Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dengan demikian hipotesis dapat diterima.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Harga (X_2) sebesar -0,777 lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 1.661 dengan tingkat signifikan $0,439 > 0,05$, sehingga H_0 diterima artinya Harga (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dengan demikian hipotesis dapat ditolak
3. Nilai t_{hitung} untuk variabel Lokasi (X_3) sebesar 6,037 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1.661 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak artinya Lokasi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dengan demikian hipotesis dapat diterima.

Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi menjelaskan besar kontribusi yang diberikan masing-masing variable bebas terhadap variabel terikatnya. Berikut ini adalah tabel model summary hasil analisis regresi:

Tabel 7. Koefisien Determinasi (R^2) dan Uji Koefisien Korelasi (R)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647 ^a	.418	.400	1.788

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25.0, 2018

Hasil penelitian tabel 7 menyatakan bahwa pengaruh antara (X_1) Kualitas Pelayanan, (X_2) Harga, (X_3) Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada What's Up Cafe Manado, dapat dilihat melalui koefisien korelasi. Hasil Koefisien Korelasi atau R sebesar 0,647 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara (X_1) Kualitas Pelayanan, (X_2) Harga, (X_3) Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada What's Up Cafe Manado mempunyai hubungan yang kuat yaitu sebesar 64,7%.

Dapat diketahui juga hasil Koefisien Determinasi atau R^2 adalah 0,418 yang menunjukkan bahwa 41,8% atau bisa dibulatkan menjadi 42% Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi sementara sisanya sebesar 58% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis serta hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara bersama-sama atau simultan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada What's Up Cafe Manado

Hasil ini juga menunjukkan bahwa model penelitian ini yaitu variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi memiliki hubungan yang cukup kuat dan dapat dimanfaatkan dengan baik untuk meningkatkan Kepuasan Konsumen secara signifikan. Dalam hasil penelitian ini juga ditemukan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini mampu memiliki kontribusi atau peran yang besar dalam menjelaskan variabel terikat dan inti masalah dari variabel terikat dalam hal ini Kepuasan Konsumen.

Implikasi dari penelitian ini yaitu model penelitian ini dapat dijadikan variabel yang mempengaruhi atau alat pertimbangan pengambilan keputusan dari variabel Kepuasan Konsumen khususnya pada What's Up Cafe Manado yang berfokus pada Kepuasan Konsumen nya. Hal ini dikarenakan penelitian ini telah teruji tidak memiliki tingkat hubungan yang cukup kuat antar variabel bebas dan variabel terikatnya, juga penelitian ini sudah teruji berperan dengan persentase tinggi dalam mempengaruhi Konsumen Kepuasan, sehingga kebijakan yang diambil oleh perusahaan dengan mempertimbangkan faktor Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen dengan signifikan. Jika Kepuasan Konsumen meningkat maka tentu akan berakibat baik bagi perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian adalah:

1. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja karyawan pada What's Up Cafe Manado.
2. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja karyawan pada What's Up Cafe Manado.
3. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial Harga tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja karyawan pada What's Up Cafe Manado.
4. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja karyawan pada What's Up Cafe Manado.

Saran

Saran yang dapat diberikan adalah:

1. Untuk What's up cafe harus lebih inovatif lagi dalam menyediakan Kualitas Layanan serta promo-promo yang menarik, agar pelanggan tidak merasa bosan dan jenuh dengan produk yang sudah ada.
2. Untuk bisa tetap bertahan dalam persaingan, What's up cafe harus melakukan evaluasi sejauh mana harga yang ditawarkan sesuai dengan pangsa pasar dan dapat terjangkau oleh pelanggan.
3. What's up cafe juga harus memperbaiki dan meningkatkan lokasi yang ada agar pelanggan lebih merasa nyaman berada di Warunk Bendito.
4. Dengan meningkatkan Kualitas Layanan dan Lokasi yang sudah ada serta tetap memperhatikan kestabilan harga yang ditawarkan, maka akan meningkatkan minat Pelanggan serta memberikan rasa puas kepada Pelanggan yang datang ke What's up cafe..
5. Penelitian yang akan dilakukan selanjutnya supaya dapat memperluas penelitian dengan menambahkan faktor-faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan yang belum diteliti dalam penelitian ini sehingga hasil penelitian dapat lebih menggambarkan kondisi sesungguhnya selama jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Christy, J. G. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-trail pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/>. Diakses Tanggal: 24/10/2018

- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jeffry, F. T. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung-warung Makan Lamongan di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/>. Diakses Tanggal: 24/10/2018
- Laksana, F. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis Edisi Pertama*, Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Minard., Engel., Black., dan Well. 2014. *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Keenam*, Jakarta: Bina Pura Aksara.
- Mustafa, Z. E. 2009. *Mengurai Variabel hingga Instrumentasi*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sartika. M. 2017. Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/>. Diakses Tanggal: 24/10/2018
- Peter, J. Paul., dan Jerry, C. O. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 2. Edisi 9. Salemba Empat. Jakarta.
- Stanton, J. W. 1998. *Prinsip Pemasaran Eds Ketujuh Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Edisi Pertama. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Edisi Kedua. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F. 2004. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.

