

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Pada Warung Kopi Srintil Di Temanggung)

Galih Utama Hariaji¹

Setia Iriyanto²

^{1,2}Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah
Semarang

ABSTRACT

Business competition is currently very tight. With the increasing intensity of competition and the number of competitors requires entrepreneurs to pay attention to the needs and desires of consumers and try to meet customer satisfaction. The way to satisfy consumers is to provide good quality service, choose a strategic business location, and provide complete facilities. The population in this study were all coffee shops in Temanggung, totaling 1200 people in one month with an average of 40 people in one day. The sample to be used is as many as 100 customers. Quantitative analysis includes: test of validity and reliability, classical assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t test and F test, and analysis of the coefficient of determination (R²).

This Research is relationship between Customer Satisfaction (Y), Service Quality variable (X1), Location variable (X2) and Facility variable (X3). Testing the hypothesis using the t test shows that the three independent variables examined proved to have a significant partial effect on the dependent variable Customer Satisfaction. Then through the F test it can be seen that the three independent variables examined simultaneously affect the dependent variable Customer Satisfaction. The Adjusted R Square figure of 0.591 shows that 59.1 percent of the Customer Satisfaction variable can be explained by the three independent variables in the regression equation. While the remaining 40.9 percent is explained by other variables outside the three variables used in this study.

Keywords: *Quality Service, Location, Facilities, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Persaingan dunia usaha pada saat ini sangat ketat. Dengan meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut para pengusaha untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi kepuasan konsumen. Adapun cara untuk memuaskan konsumen adalah

memberikan kualitas pelayanan yang baik, memilih lokasi usaha yang strategis, dan memberikan fasilitas yang lengkap. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warung kopi Srintil di Temanggung yang berjumlah 1200 orang dalam satu bulan dengan rata-rata 40 orang dalam satu hari. Sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 100 orang pelanggan. Analisis kuantitatif meliputi: uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2).

Penelitian ini menghubungkan Kepuasan Pelanggan (Y), variabel Kualitas Pelayanan (X_1), variabel Lokasi (X_2) dan variabel Fasilitas (X_3). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yang diteliti secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Angka Adjusted R Square sebesar 0,591 menunjukkan bahwa 59,1 persen variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 40,9 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Kepuasan Konsumen
PENDAHULUAN

Latar Belakang

Persaingan dunia usaha pada saat ini sangat ketat. Dengan meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut para pengusaha untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah kunci utama suatu usaha, agar usaha yang ditekuni dapat berjalan lancar dengan laba sebagai tujuan utamanya. Menurut Zulian Yamit (2002:77), “kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan

pembelian ulang”. Adapun cara untuk memuaskan konsumen adalah memberikan kualitas pelayanan yang baik, memilih lokasi usaha yang strategis, dan memberikan fasilitas yang lengkap.

Kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan rasa nyaman bagi konsumen, sebaliknya pelayanan yang kurang baik akan membuat konsumen enggan untuk melakukan pembelian ulang suatu produk. Kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterimanya

(Parasuraman, Zeithami, dan Berry, 2005: 240). Pengusaha dituntut memberikan pelayanan yang memuaskan jika ingin mendapatkan pelanggan tetap.

Selain faktor pelayanan, faktor lain yang menentukan kepuasan adalah lokasi. Jika lokasi yang dipilih adalah lokasi yang strategis, maka dampak pemilihan lokasi tersebut sangat menguntungkan bagi siklus hidup perusahaan. Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar (Tjiptono, 2005). Akses lokasi yang mudah akan menjadi suatu pertimbangan bagi konsumen. Lokasi yang mudah dijangkau juga membantu distributor untuk mendistribusikan suatu produk atau jasa.

Faktor lain adalah fasilitas yang disediakan perusahaan. Fasilitas adalah sarana yang diberikan agar fungsi yang ada dapat lebih mudah digunakan. Jika fasilitas yang diberikan kurang lengkap, tak jarang konsumen akan pindah ke toko lain

yang mempunyai kelengkapan fasilitas sehingga konsumen merasa nyaman melakukan pembelian. Pada sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa bersangkutan di mata pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2005 : 93).

Warung kopi Srintil merupakan warung kopi yang berada di tengah kabupaten Temanggung. Warung kopi ini memberikan Pelayanan yang maksimal kepada para pelanggannya. Selain itu, akses Lokasike warung kopi ini sangat mudah. Warung kopi ini juga memberikan Fasilitas yang lengkap, oleh karenanya peneliti mengangkat judul penelitian **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Warung Kopi Srintil Di Temanggung).**

Rumusan Masalah

Permasalahan Penelitian ini yaitu:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen warung kopi Srintil di Temanggung?
2. Apakah Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen warung kopi Srintil di Temanggung?
3. Apakah Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen warung kopi Srintil di Temanggung?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas secara bersama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen warung kopi Srintil di Temanggung?

Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang ada, maka dapat ditentukan tujuan penelitian ini, yaitu antara lain :

1. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan

Konsumen warung kopi Srintil di Temanggung.

2. Mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen warung kopi Srintil di Temanggung.
3. Mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen warung kopi Srintil di Temanggung.
4. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen warung kopi Srintil di Temanggung.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen berpengaruh langsung terhadap suatu perusahaan. Perusahaan yang mengedepankan Kepuasan konsumen pastinya akan memperoleh laba yang lebih besar, dikarenakan konsumen akan selalu mencari kepuasan akan suatu pembelian atau penggunaan jasa. Kepuasan tersebut akan memberi rasa nyaman kepada konsumen yang akan membuat konsumen akan melakukan

pembelian ulang terhadap suatu barang atau jasa.

Menurut Philip Kotler (dalam Rambat Lupiyoadi, 2001:158) adalah tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan. Schiffman dan Kanuk (2004) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk yang dirasakan dan diharapkan. Menurut Engel, et al., (1990) dalam Tjiptono (2002: 146) kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Zulian Yamit (2002:77), “kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang”. Tjiptono (2008: 24) menyatakan bahwa: “kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon konsumen terhadap evolusi

ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Seorang konsumen akan membeli ulang produk apabila ia merasa benar-benar puas, dan juga konsumen tersebut akan memberi rekomendasi kepada konsumen yang lain. Sabarguna (2004: 57) menyatakan ada beberapa aspek Kepuasan Konsumen yaitu:

1. Aspek kenyamanan, meliputi lokasi perusahaan, kebersihan, dan kenyamanan.
2. Aspek hubungan konsumen dengan karyawan, meliputi keramahan karyawan, informasi yang diberikan oleh karyawan, komunikatif, responsif, suportif, dan cekatan dalam melayani konsumen.
3. Aspek kompetensi teknis petugas, meliputi keberanian bertindak dan pengalaman.
4. Aspek biaya, meliputi mahalnya produk, terjangkau tidaknya oleh konsumen.

Tse dan Wilton (1988) dalam Lupiyoadi (2004:349) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah

respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Pelanggan yang merasa puas akan memberikan rekomendasi kepada pelanggan yang lain tentang produk yang dipakai, sebaliknya pelanggan yang kurang puas akan mencari informasi lain dari produk yang ia pakai sehingga cenderung memilih produk lain yang lebih memuaskan. Menurut Francis Buttle (2007: 28) Kepuasan konsumen membawa dampak yang besar bagi perusahaan. Dengan memertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih mudah dibandingkan terus-menerus berupaya menarik atau memprospek pelanggan baru, biaya memertahankan pelanggan lebih murah dibandingkan biaya mencari pelanggan baru.

Kualitas Pelayanan

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada

konsumen, apalagi di bidang jasa seperti usaha warung kopi ini. Kualitas pelayanan yang diberikan menyangkut ketepatan waktu pelayanan, keramah-tamahan pelayan, dan lain sebagainya.

Lupiyoadi dan Hamdani (2009: 65), juga mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Walaupun pelayanan/jasa adalah suatu barang yang tidak berwujud, namun pelayanan dapat dinilai berdasarkan pengalaman dan penalaran seseorang. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena terjadinya interaksi antara konsumen dengan pihak perusahaan. Definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2004). Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diukur dengan menggunakan lima dimensi. Kelima dimensi tersebut menurut Parasuraman, Zeithaml dan

Berry (1985) dalam Tjiptono (2005) adalah:

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Reliabilitas (*reliability*), kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Jaminan / keyakinan (*assurance*), yaitu pengetahuan dan kesopansantunan para pegawai perusahaan serta kemampuan menumbuhkan rasa percaya para konsumennya kepada perusahaan.
4. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Sesuai dengan konsep kepuasan konsumen, bahwa kepuasan konsumen dapat tercapai bila kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen. Jadi, baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan,

sangatlah mempengaruhi kepuasan konsumen.

Lokasi

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah lokasi. Lokasi yang dipilih oleh seorang pengusaha akan mempengaruhi intensitas kunjungan pelanggan pada perusahaan. Semakin strategis lokasi yang dipilih, maka semakin banyak pelanggan yang datang. Pemilihan lokasi yang tepat sangat berpengaruh bagi konsumen, lokasi yang berdekatan dengan keramaian akan mempengaruhi penjualan produk perusahaan tersebut.

Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen. Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan (Rambat Lupiyoadi, 2001). Lokasi jasa merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa (Tjiptono dan Chandra, 2005). Menurut Fandy Tjiptono dan

Gregorius Chandra (2005), pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

1. Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkai sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas, menyangkut dua pertimbangan utama, yaitu banyak orang yang berlalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya impulse buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan atau tanpa perencanaan dan kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan.
4. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
7. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing. Dalam menentukan lokasi sebuah usaha, perlu

dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah tersebut telah terdapat banyak usaha yang sejenis atau tidak.

8. Peraturan Pemerintah yang berisi ketentuan untuk mengatur lokasi dari sebuah usaha-usaha tertentu, misalnya bengkel kendaraan bermotor dilarang berlokasi yang terlalu berdekatan dengan tempat ibadah. Disamping itu, keputusan pemilihan suatu lokasi juga mencerminkan komitmen jangka panjang perusahaan dalam hal keuangan, karena merubah Lokasi yang buruk kadangkala sulit dilakukan dan sangat mahal (Nugroho dan Paramita, 2009).

Menurut Swastha (2002) "lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan". Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Peter, J. Paul, 2000 (dalam Nugroho dan Paramitha, 2009) berpendapat bahwa lokasi yang baik menjamin

tersedianya akses cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Ada 3 jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi (Lupiyoadi, 2001) yaitu :

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan) Apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.
2. Pemberi jasa (perusahaan) mendatangi konsumen. Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
3. Perusahaan dan konsumen tidak bertemu langsung. Berarti pemberi jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, atau surat. Dalam hal ini, lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi

antara kedua belah pihak dapat terlaksana.

Dari uraian pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi perusahaan menunjukkan tempat perusahaan beroperasi dan merupakan salah satu faktor untuk meningkatkan minat konsumen terhadap perusahaan tersebut.

Fasilitas

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah adanya fasilitas yang diberikan seorang pengusaha. Fasilitas yang diberikan diharapkan akan menarik lebih banyak konsumen untuk membeli atau menggunakan jasanya. Konsumen akan lebih tertarik dengan fasilitas yang lengkap jika ia menggunakan jasa perusahaan. Fasilitas yang ditawarkan dapat berupa garansi, kenyamanan, ketersediaan peralatan dalam perusahaan jasa.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan

fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Pada sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa bersangkutan di mata pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2005 : 93). Kotler & Keller (2006) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Tjiptono (2006) desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap desain fasilitas jasa adalah sebagai berikut:

1. Sifat dan tujuan organisasi

Sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Sebagai

contoh desain rumah sakit perlu mempertimbangkan ventilasi yang memadai, ruang peralatan medis yang representative, ruang tunggu pasien yang nyaman, kamar pasien yang bersih. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya perusahaan mudah dikenali dan didesain interior bisa menjadi ciri khas atau petunjuk mengenai sifat jasa didalamnya.

2. Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat

Setiap perusahaan jasa membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya. Dalam menentukan lokasi fisik diperlukan beberapa faktor yaitu kemampuan finansial, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah, dan lain-lain.

3. Fleksibilitas

Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko

keuangan relatif besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan kemungkinan perkembangan dimasa datang.

4. Faktor Estetis

Fasilitas jasa yang tertata rapi, menarik akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa, selain itu aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerjanya juga meningkat. Aspek – aspek yang perlu ditata meliputi berbagai aspek. Misalnya tinggi langit-langit bangunan, lokasi jendela dan pintu, bentuk pintu beraneka ragam dan dekorasi interior.

5. Masyarakat dan Lingkungan Sekitar

Masyarakat (terutama masalah social dan lingkungan hidup) dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan. Apabila perusahaan tidak mempertimbangkan faktor ini, maka kelangsungan hidup perusahaan bisa terancam.

6. Biaya Konstruksi dan Operasi

Kedua jenis biaya ini dipengaruhi desain fasilitas. Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bangunan yang digunakan. Biaya operasi dipengaruhi oleh kebutuhan energi ruangan, yang berkaitan dengan perubahan suhu.

Fasilitas fisik merupakan salah satu indikator mengenai baik tidaknya kualitas suatu jasa, fasilitas erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan, dengan demikian bagi perusahaan yang ingin tetap mempertahankan eksistensinya dan memenangkan persaingan bisnis serta menarik perhatian pelanggan senantiasa memberikan pelayanan yang berkualitas serta fasilitas pendukung yang sesuai dengan harga yang telah dibayar oleh pelanggan atau berusaha untuk memenuhi kebutuhan serta mewujudkan harapan mereka.

Fasilitas adalah suatu bentuk manfaat dari jasa kelurahan kepada masyarakat yang diberikan atas dasar adanya suatu transaksi yang telah dilakukan oleh kedua belah pihak (Yoeti, 2003). Fasilitas digunakan

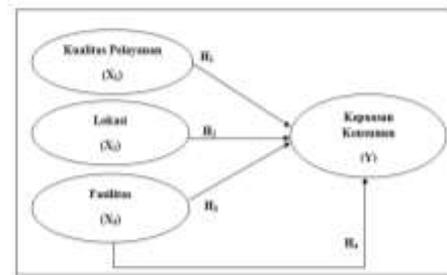
untuk menunjang usaha yang sedang dilakukan agar memperoleh kepuasan konsumen.

Fasilitas adalah suatu bentuk manfaat dari jasa kelurahan kepada masyarakat yang diberikan atas dasar adanya suatu transaksi yang telah dilakukan oleh kedua belah pihak (Yoeti, 2003). Fasilitas digunakan untuk menunjang usaha yang sedang dilakukan agar memperoleh kepuasan konsumen.

Hipotesis Penelitian

- H₁: terdapat pengaruh positif Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen
- H₂: terdapat pengaruh positif Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen
- H₃: terdapat pengaruh positif Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen
- H₄: terdapat pengaruh kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen secara bersama-sama

Kerangka Pemikiran Teoritis



Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warung kopi Srintil di Temanggung yang berjumlah 1200 orang dalam satu bulan dengan rata-rata 40 orang dalam satu hari.

Pengambilan sampel menurut Ibnu Widiyanto (2008) dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = 96,04 \approx 97 \text{ atau dibulatkan menjadi } 100$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

Z = 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%

Moe = Margin of Error, atau tingkat kesalahan maksimum adalah 10%.

Jadi sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 100 orang pelanggan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah semua konsumen Warung Kopi Srintil Temanggung. Jumlah konsumen yang dipilih sebagai responden sebanyak 100 orang dengan identitas sebagai berikut : jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan alamat.

Jenis Kelamin

Untuk mengetahui perbandingan antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.1

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	52	52
Perempuan	48	48
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden sebanyak 100 orang terdiri dari 52% adalah laki-laki dan 48% adalah perempuan. Hal tersebut

dikarenakan bahwa kaum laki-laki dan perempuan sama-sama menyukai kopi.

Tingkat Pendidikan

Penggolongan responden menurut tingkat pendidikannya dikelompokkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.2

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SMP	3	3
SMA	57	57
Diploma	9	9
IV Sarjana	31	31
Jumlah	100	100,00

Sumber : Data Primeryang diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa prosentase responden dengan tingkat pendidikan paling besar adalah responden yang berpendidikan SMA yaitu sebesar 57%, diikuti responden yang berpendidikan Sarjana yaitu 31% dan prosentase terkecil adalah responden yang berpendidikan SMP, yaitu sebesar 3%.

Pekerjaan Responden

Masing-masing responden memiliki jenis pekerjaan yang

berbeda. Untuk memudahkan pembedaan jenis pekerjaan responden maka dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar	31	31
Karyawan	40	40
Wiraswasta	15	15
Lain-lain	14	14
Jumlah	100	100,00

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar dari responden adalah bekerja sebagai karyawan, yaitu sebesar 40%, diikuti pelajar sebesar 31%, dan diikuti wiraswasta sebesar 15%, sedangkan 14% adalah responden yang memiliki pekerjaan lain diluar jenis pekerjaan yang tertera di kuesioner.

Alamat

Masing-masing responden mempunyai alamat rumah yang berbeda. Alamat rumah tersebut dapat dilihat dalam lembar kuesioner yang sudah diisi oleh responden. Berdasarkan data dalam

kuesioner, dapat disimpulkan bahwa alamat rumah responden tertinggi warung kopi adalah responden yang memiliki rumah di kota Temanggung. Sedangkan alamat rumah responden diluar Temanggung adalah di Semarang, Wonosobo, dan Magelang.

Analisis Data

Uji Kualitas Data

Uji Validitas Data

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pelayanan 1	0,679	0,195	Valid
Pelayanan 2	0,749	0,195	Valid
Pelayanan 3	0,756	0,195	Valid
Pelayanan 4	0,690	0,195	Valid
Lokasi 1	0,670	0,195	Valid
Lokasi 2	0,710	0,195	Valid
Lokasi 3	0,691	0,195	Valid
Lokasi 4	0,667	0,195	Valid
Fasilitas 1	0,579	0,195	Valid
Fasilitas 2	0,540	0,195	Valid
Fasilitas 3	0,509	0,195	Valid
Fasilitas 4	0,540	0,195	Valid
Kepuasan 1	0,463	0,195	Valid
Kepuasan 2	0,512	0,195	Valid
Kepuasan 3	0,618	0,195	Valid
Kepuasan 4	0,666	0,195	Valid
Kepuasan 5	0,498	0,195	Valid
Kepuasan 6	0,714	0,195	Valid
Kepuasan 7	0,718	0,195	Valid
Kepuasan 8	0,761	0,195	Valid
Kepuasan 9	0,684	0,195	Valid
Kepuasan 10	0,682	0,195	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Dari hasil dapat dijelaskan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,196) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item dalam indikator variabel Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, dan Kepuasan pelanggan adalah valid.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas Kualitas

Pelayanan :

Tabel 4.5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,890	4

Hasil uji reliabilitas Fasilitas :

Tabel 4.6

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,779	8

Hasil uji reliabilitas Lokasi :

Tabel 4.7

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,821	8

Hasil uji Kepuasan :

Tabel 4.8

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,840	4

Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan SPSS, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel antara variabel Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas dan Kepuasan pelanggan, ternyata diperoleh nilai Cronbach Alpha $\geq 0,60$. Dengan demikian, maka hasil uji reabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel 4.9

Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)	2,338	1,104		2,119	,037		
Kualitas Pelayanan	,183	,040	,217	2,328	,022	,490	2,043
Lokasi	,150	,056	,207	2,823	,006	,384	2,603
Fasilitas	,255	,064	,380	3,938	,000	,313	1,941

a. Dependent Variable: Kepuasan

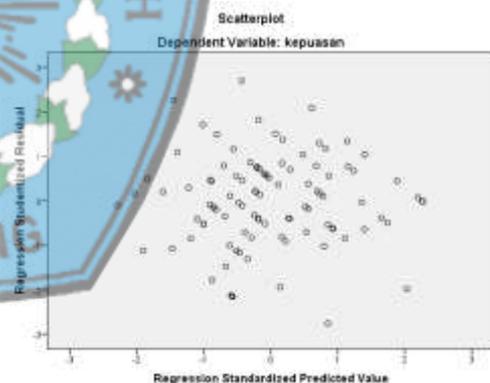
Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan SPSS, 2018

Berdasarkan uji multikolinieritas, hasil yang didapat adalah tidak ada gejala multikolinieritas. Dilihat dari nilai

toleransi variabel Kualitas Pelayanan adalah 0,490 yang lebih dari 0,1. Nilai toleransi dari variabel Lokasi adalah 0,384 yang lebih dari 0,1. Dan nilai toleransi variabel Fasilitas adalah sebesar 0,515 yang juga lebih besar dari 0,1.

Sedangkan nilai VIF dari variabel Kualitas Pelayanan adalah 2,043 yang kurang dari 10. Nilai VIF dari variabel Lokasi adalah 2,603 yang lebih kecil dari 10, dan nilai VIF variabel Fasilitas adalah 1,941 yang juga lebih kecil dari 10.

Uji Heteroskedastisitas



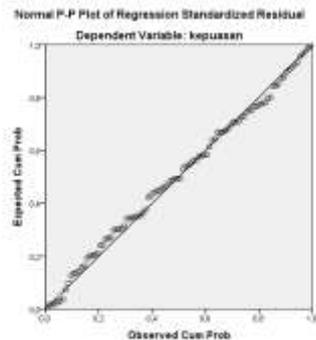
Sumber : Data Primer yang

diolah menggunakan SPSS, 2018

Pada hasil yang diperoleh, titik data menyebar di atas dan di bawah angka nol. Titik data juga tidak berpola. Maka dari output penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa dalam model

regresi penelitian, tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Uji Normalitas



Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan SPSS, 2018

Dari hasil output diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dan mengikuti garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.10
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,338	1,104		2,119	,037
Kualitas Pelayanan	,185	,080	,217	2,328	,022
Lokasi	,139	,056	,297	2,825	,008
Fasilitas	,255	,064	,360	3,958	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan
Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan SPSS, 2018

$$Y = 2,338 + 0,185X_1 + 0,159X_2 + 0,255X_3 + e$$

Uji Goodness of Fit

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Hasil Uji T
Coefficients* Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,338	1,104		2,119	,037
Kualitas Pelayanan	,185	,080	,217	2,328	,022
Lokasi	,139	,056	,297	2,825	,008
Fasilitas	,255	,064	,360	3,958	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan
Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan SPSS, 2018

Melalui perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung untuk variabel kualitas Pelayanan adalah sebesar 2,328 dan dengan menggunakan *level significance* (taraf signifikansi) sebesar 5% dengan jumlah sample 100 responden, diperoleh t tabel sebesar 1,984 yang berarti bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,328 > 1,984$. Nilai signifikansi t kurang dari 5 % (0,022), menandakan bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh

yang positif terhadap Kepuasan Konsumen dapat diterima.

2. Terdapat pengaruh positif Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung untuk variabel Lokasi adalah sebesar 2,825 dan dengan menggunakan *level significance* (taraf signifikansi) sebesar 5% dengan jumlah sample 100 responden, diperoleh t tabel sebesar 1,984 yang berarti bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,825 > 1,984$. Nilai signifikansi t kurang dari 5 % (0,006), menandakan bahwa Lokasi (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan Lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Konsumen dapat diterima.

3. Terdapat pengaruh positif Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung untuk

variabel Fasilitas adalah sebesar 3,958 dan dengan menggunakan *level significance* (taraf signifikansi) sebesar 5% dengan jumlah sample 100 responden, diperoleh t tabel sebesar 1,984 yang berarti bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3,958 > 1,984$. Nilai signifikansi t kurang dari 5 % (0,001), menandakan bahwa Fasilitas (X_3) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan Fasilitas mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan pelanggan dapat diterima.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 4.12
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	464,028	3	154,676	46,326	,000 ^b
Residual	320,532	96	3,339		
Total	784,560	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Pelayanan, Lokasi

Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan SPSS, 2018

Hasil dalam tabel diatas, nilai signifikansi diperoleh sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai F hitung adalah sebesar 46,326. Hasil

dari F tabel adalah sebesar 2,698 yang berarti H_0 diterima karena nilai F tabel < F hitung.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.769 ^a	.591	.579	1.827

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Pelayanan, Lokasi
b. Dependent Variable: Kepuasan
Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan SPSS, 2018

Berdasarkan hasil uji diatas, dapat disimpulkan bahwa besar koefisien determinasi adalah 59,1% dilihat dari besar nilai R^2 . Berarti variabel Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan konsumen sebesar 59,1%.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari hasil perhitungan menggunakan SPSS, diperoleh nilai t hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar 2,328 dan dengan menggunakan *level significance* (taraf signifikansi) sebesar 5% dengan jumlah sample 100 responden, diperoleh t tabel

sebesar 1,984 yang berarti bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,328 > 1,984$. Nilai signifikansi t kurang dari 5 % (0,022), menandakan bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Konsumen dapat diterima.

Hasil penelitian terhadap Kualitas Pelayanan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Lupiyoadi dan Hamdani (2009: 65), yang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian terhadap Kualitas Pelayanan ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Edy Haryano (2013) dengan judul penelitian “Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor

Samsat Manado” yang menyatakan bahwa variabel *independent* (kualitas layanan, fasilitas, dan harga) berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* (kepuasan pengguna jasa).

2. Pengaruh Lokasi (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai *t* hitung untuk variabel Lokasi adalah sebesar 2,825 dan dengan menggunakan *level significance* (taraf signifikansi) sebesar 5% dengan jumlah sample 100 responden, diperoleh *t* tabel sebesar 1,984 yang berarti bahwa nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel yaitu $2,825 > 1,984$. Nilai signifikansi *t* kurang dari 5 % (0,006), menandakan bahwa Lokasi (X₂) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H₂ diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan Lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Konsumen dapat diterima.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori dari Tjiptono dan

Chandra (2005) lokasi jasa merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa.

Hasil penelitian terhadap Lokasi ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Oldy Ardhana (2010) dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan” yang menyatakan bahwa variabel *independent* (kualitas pelayanan, harga, dan lokasi) berpengaruh positif baik secara parsial atau simultan terhadap variabel *dependent* (kepuasan pelanggan).

3. Pengaruh Fasilitas (X₃) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai *t* hitung untuk variabel Fasilitas adalah sebesar 3,958 dan dengan menggunakan *level significance* (taraf signifikansi) sebesar 5% dengan jumlah sample 100 responden, diperoleh *t* tabel sebesar 1,984 yang berarti bahwa

nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3,958 > 1,984$. Nilai signifikansi t kurang dari 5 % (0,001), menandakan bahwa Fasilitas (X_3) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan Fasilitas mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan dapat diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Kotler & Keller (2006) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Hasil penelitian terhadap Fasilitas ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Mohammad Rifki Rahman (2015) dengan judul penelitian “Pengaruh Pelayanan, Citra, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan” yang menyatakan bahwa variabel *independent* (Pelayanan, citra, dan fasilitas) berpengaruh positif secara bersama-sama atau simultan terhadap

variabel *dependent* (kepuasan pelanggan).

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut

:

1. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada t tabel yaitu $2,328 > 1,984$ dengan tingkat signifikansi $0,022 < 0,05$.

2. Lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini

dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada t tabel yaitu $2,825 > 1,984$ dengan tingkat signifikansi $0,006 < 0,05$.

3. Fasilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada t tabel yaitu $3,958 > 1,984$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

4. Secara simultan variabel Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel yaitu $46,326 > 2,698$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.
5. Hasil persamaan regresi berganda, dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas memberikan pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Konsumen.
6. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,591 yang menunjukkan bahwa antara Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen warung kopi Srintil Temanggung sebesar 59,1% sedangkan sisanya 40,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
- Konsumen warung kopi Srintil. Adapun saran-saran yang diberikan bagi perusahaan adalah sebagai berikut :
1. Para karyawan warung kopi diharapkan menambah Kualitas Pelayanan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Karyawan warung kopi Srintil Temanggung juga diharapkan untuk meningkatkan komunikasi dengan konsumen, agar konsumen yang datang tidak merasa asing dengan keadaan didalam warung kopi.
 2. Lokasi warung kopi yang berada di tengah keramaian cukup baik untuk dijadikan warung kopi, lokasi ini dinilai strategis untuk sebuah usaha warung kopi. Akses menuju warung kopi ini juga sangat mudah. Namun, lokasi ini juga menjadi hal yang kurang mendukung bagi beberapa pelanggan, terutama bagi pelanggan yang kurang menyukai suara bising kendaraan bermotor. Alangkah baiknya jika pihak manajemen warung kopi Srintil Temanggung bisa menambah

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka diberikan beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan Kepuasan

ruang yang lebih tertutup agar suara bising dari luar lebih terminimalisir.

3. Fasilitas yang disediakan warung kopi Srintil Temanggung menarik. Desain dinding yang menarik dan tata ruang yang tidak membosankan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Konsumen juga dapat dengan mudah memilih fasilitas yang disediakan. Diharapkan agar pihak manajemen warung kopi Srintil Temanggung dapat menambah ketersediaan fasilitas yang ada agar konsumen terpuaskan.

Daftar Pustaka

- Ardhana, Oldy. 2010. *Skripsi. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Ariani, Dian. 2015. *Pengaruh Harga Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Goro Assalam Hypermarket Pabelan Sukoharjo*. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ghanimata, Fifyanita. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Haryanto, Edy. 2013. *Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Purnomo, Redi. 2017. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan CV. IndyFeryto Group Yogyakarta*. Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Yogyakarta.
- Rahman, M.R. 2015. *Pengaruh Pelayanan, Citra Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Lor-in di Solo*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sinaga, P.P.H. 2010. *Skripsi. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Warnet Chamber Semarang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Supriyanto, Yuda. 2012. Skripsi. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Karyadi Semarang*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Widodo. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pedagang Kaki Lima (Studi Pada Sub Unit PKL Dinas Pasar Kota Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unpad Semarang.

Wijaya, C.V. 2017. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy*. Program Studi Manajemen Universitas Kristen Petra.

