PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEMN PESONA COFFEE CIKARANG BARU

Anisa Fadhila Ghasani[1] Arief Teguh Nugraha., S.E., M.M.[2]
Prodi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa
fadhilaanisa99@gmail.com;

ABSTRAK

Bisnis kedai kopi di Indonesia saat ini sedang berkembang, hal ini dapat dilihat dari peningkatan signifikan jumlah kedai kopi di Indonesia dalam tiga tahun terakhir. Meskipun konsumsi kopi masyarakat Indonesia rendah, mayoritas adalah pecinta kopi dan sebagian besar pecinta kopi tidak hanya pria tetapi wanita juga menyukainya. Dikutip dalam (beritasatu.com) Tren kopi di tahun 2020 akan terus tumbuh dan pertumbuhan ini didukung oleh beberapa faktor, seperti kebiasaan (culture) nongkrong sambil minum kopi. Hasil pembahasan diketahui terdapat hubungan signifikan dan positif kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pesona coffee cikarang baru. Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pesona coffee cikarang baru. Lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pesona coffee cikarang baru. Pengambilan sempel biasanya menggunakan Teknik acak atau random dengan jumlah sampel yaitu 99 responden. Penelitian ini dilakukan dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang diberikan kepada sampel dari sebuah populasi untuk memperoleh informasi yang spesifik dari responden.. Jenis data yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan untuk pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *Google Form.*

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

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bisnis kedai kopi yang saat ini sedang berkembang terus menerus hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah beberapa kedai kopi di Indonesia yang secara signifikan dalam tiga tahun terakhir. Hasil Riset Toffin menunjukkan jumlah kedai kopi di indonesia pada Agustus 2019 mencapai lebih dari 2950 gerai. Meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan 2016 yang hanya sekitar 1000 gerai. Data Tahunan Konsumsi Kopi Indonesia 2019 yang dikeluarkan oleh *Global Agricultural Information Network* menunjukan pada 2019/2020 mencapai 294.000 ton atau meningkat sekitar 13,9% dibandingkan pada 2018/2019 mencapai 258.000 ton.

Dikota Cikarang sendiri memiliki beberapa bidang bisnis. Namun tetapi di cikarang yang sering diminati atau sering sekali dijumpai yaitu bisnis café atau bisnis kuliner, hingga sampai sekarang pun menjadi

tempat favorit para kalangan muda dan sering diminati para kalangan muda adalah kedai kopi atau café shop. Bisnis ini sangat menjamur di kota Cikarang sehingga berkembang pesat dimulai dari beberapa skala kecil hingga skala besar yaitu seperti warung kopi sampai café dan restoran, sehingga untuk para pelaku usaha pun harus bersaing dalam berbisnis yang tujuanya untuk mengutamakan kepuasan konsumen.

Pesona coffe ini merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang kuliner waralaba (Franchise). Yang salah satunya membuka berada di Cikarang yang baru satu franchise dan baru memulai usaha pada tahun 2021 yang tepatnya berada dilokasi Jl. Kedasih Raya VII, Mekarmukti, Kecamatan Cikarang Utara Beruang Raya di Kota Cikarang. Cocok untuk tempat berkumpul bagi para kalangan anak muda.

Kepuasan konsumen pada pembelian kopi di Pesona Coffee merupakan suatu tolak ukur keberhasilan di bidang pemasaran dimana konsumen membutuhkan barang yang diinginkan produk maupun jasa maka secara tidak langsung bisa meningkatkan penjualan, secara tidak langsung dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan tersebut. Kepuasan konsumemn adalah meliputi kualitas yang di inginkan sesuai dengan yang di inginkan, kepuasan produk yang dihasilkan dan sesuai dengan persepsi konsumen (Ningsih, Kiki Fatma;Soenarto; Aulia,2019).

Salah satu faktor penentu keberhasilan pelaku bisnis café adalah melihat pada kualitas produknya. Kualitas produk ini berasal dari persepsi setiap konsumen mengenai pembelian produk, khususnya para penikmat kopi. Menurut Kotler & Amstrong (2009) dalam (Mariansyah & Syarif, 2020) , menyatakan bahwa kualitas produk adalah karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannyauntuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa. Dalam kehidupan bisnis, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan kembali untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa.

Lokasi adalah tempat untuk konsumen membeli produk yang dijual oleh pemilik usaha. Pemilihan letak lokasi dapat memberikan pengaruh terhadap 2 hal diantaranya penjualan serta biaya, dimana lokasi yang startegis akan dapat lebih mudah mendapatkan konsumen untuk membeli produk yang dijual karena tempat yang startegis umumnya mahal untuk biaya penyewaan tempatnya. Hal ni telah sesuai oleh (Ratnasari, 2016) yang mengartikan bahwa lokasi merupakan faktor penting pada pengembangan usaha.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dapat diambil sebagai

berikut:

1. Apakah Kualitas Produk mempengaruhi kepuasan konsumen Pesona Coffee?
2. Apakah Harga mempengaruhi kepuasan konsumen Pesona Coffee ?
3. Apakah Lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen Pesona Coffee ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat dikemukakan tujuian penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
2. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
3. Untuk mengetahui lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan hal penting yang perlu dilakukan pada perusahaan agar tercapainya suatu tujuan dalam menciptakan penjualan yang melalui kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong (2011:42) dalam Suyanti, (2021) Kepuasan pelanggan yaitu bergantung pada yang

Pengertian Kualitas Produk

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:74) berpendapat, dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas.

Indikator Kualitas Produk

Menurut Vicent Gaspersz (2005) dalam Alma (2011) terdapat beberapa dimensi kualitas produk :

Pengertian Harga

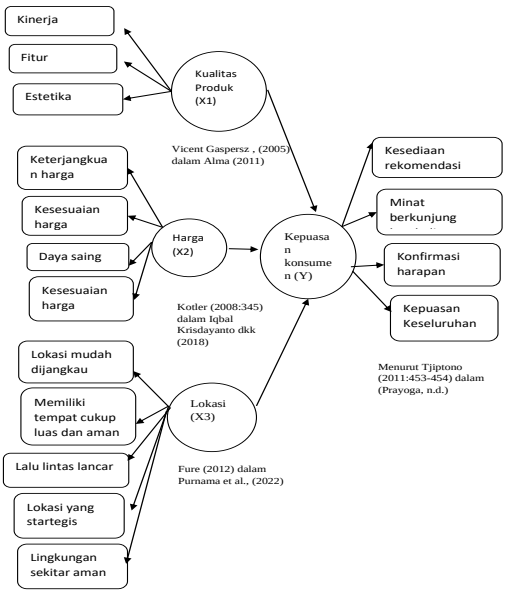
Menurut Kolter dan Amstrong (2004:430) Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Pengertian Lokasi

Menurut Tjiptono (2006:45), dalam (Masrul & Karneli, 2017). Lokasi usaha adalah tempat untuk melakukan suatu pada usaha dan merupakan faktor krusial atau tidaknya sebuah usaha.

Metode Penelitian

Desain Penelitian



Keterangan

H1 = X1 ➡ Y : Penilitian Evi Laili Kumrotin, dan Ari Susanti dalam artikel yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelyanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Ko.We.Cok Di Solo”. Jurnal Manajemen Indonesia: ISSN 2503-4367, Vol.6, No.1, Juni 2021.

H2 = X2 ➡ Y : Penilitian Iqbal

Krisdiyanto, Andi Tri Haryono, SE,.MM. , Edward Gagah PT, SE,.MM dalam artikel yang berjudul "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan,Fasiliyas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Café Lina Putra Net Bandungan". Jurnal Of Management: ISSN 2502-7689, Vol. 4, No 4 April 2018.

H3 = X3 ➡ Y : Penilitian Nadia Ika Purnama, Mhd. Fauzan Habibi Nasutaion, Rini dalam artikel yang berjudul "Pengaruh Harga Kelengkapan Produk dan Lokasi Teradap Kepuasan Konsumen Di 212 Mart". Jurnal AKMAMI: E-ISSN 2723-665X, Vol. 3 No 1 2022 hal 74-86.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis 1: ditetapkan bahwa semakin baik kualitas produk akan memberikan kepuasan konsumen pada Pesona Coffe Cikarang Baru

Hipotesis 2: ditetapkan bahwa semakin baik harga produk akan memberikan kepuasan konsumen pada Pesona Coffe Cikarang Baru

Hipotesis 3: ditetapkan bahwa semakin baik lokasi yang ditetapkan akan memberikan kepuasan konsumen pada Pesona Coffe Cikarang Baru

1.1 Populasi, Sampel

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kulitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peniliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2015:135). Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah konsumen pada Pesona Coffee yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

Sampel

Dalam melakukan suatu penelitian tidak perlu melakukan penelitian ke seluruh anggota populasi yang ada, karena kebanyakan dari peniliti di banyak kasus tidak mungkin meniliti seluruh anggota populasi. Oleh karena itu peniliti harus membuat sampel yang artinya harus membuat sebuah perwakilan populasi.

Sampel (sample) ialah bagian dari suatu populasi yang dengan sengaja dipilih oleh peniliti untuk dilakukan pengamatan, sehingga ukuran sampel lebih kecil dibandingkan populasi dan fungsinya sebagai waktu dari populasi itu sendiri (Nurhayari, 2012 dalam Meautia, R. 2017).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam menganalisis data penilitian ini dilakukan penyebaran kuesioner google form yang diambil dari beberapa penilitian. Jumlah responden yang bersedia mengisi kuesioner adalah 99 orang menjawab 16 pertanyaan yang diberikan melalui Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kepuasan Pelanggan.

Data Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang tersebar	99
Kuesiner yang dapat diolah	99

Uji validitas

Uji validitas dilakukan dengam menggunankan SPSS 22. Metode ini dilakukan degan cara mengkorelasikan masing-masing skor total item. Skor total

item adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Dengan membandigkan nilai Rhitung (kolom Corrected Item- Total Correlation) dengan Rtabel (harus lihat tabel r) dimana pernyataan valid apabila Rhitung > Rtabel.

Variabel	Item/Kode	Rhitung	Rtabel	Keputusan
Kualitas Produk	X1.1	0,848	0,197	VALID
	X1.2	0,840	0,197	VALID
	X1.3	0,904	0,197	VALID
	X1.4	0.874	0,197	VALID

Maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel Kualitas Produk (X1), memiliki status yang valid karena nilai Rhitung > Rtabel sebesar 0,197.

Uji Validitas Harga (X2)

Variabel	Item/Kode	Rhitung	Rtabel	Keputusan
HARGA	X2.1	0,834	0,197	VALID
	X2.2	0,883	0,197	VALID
	X2.3	0,800	0,197	VALID
	X2.4	0.859	0,197	VALID

Sumber data diolah ditahun 2021

Maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel Harga (X2), memiliki status yang valid karena nilai Rhitung > Rtabel sebesar 0,197.

Uji Validitas Lokasi (X3)

Variabel	Item/Kode	Rhitung	Rtabel	Keterangan
LOKASI	X3.1	0,754	0,197	VALID
	X3.2	0,885	0,197	VALID
	X3.3	0,814	0,197	VALID
	X3.4	0.786	0,197	VALID

Sumber data diolah ditahun 2021

Maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel Lokasi (X1), memiliki status yang valid karena nilai Rhitung > Rtabel sebesar 0,197.

Tabel 4.5

Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	Item/Kode	Rhitung	Rtabel	Keterangan
KEPUASAN KONSUMEN	X1.1	0,798	0,197	VALID
	X1.2	0,794	0,197	VALID
	X1.3	0,738	0,197	VALID
	X1.4	0.827	0,197	VALID

Sumber data diolah ditahun 2021

Maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel Kepuasan Konsumen (Y), memiliki status yang valid karena nilai Rhitung > Rtabel sebesar 0,197.

Uji Realibitas

Uji reliabilitas berasal dari kata reliability yang berarti sejauh mana hasil dari suatu pengukurab (daftar pernyataan) memiliki keterandalan. Konsistensi dan sestabilan yang dapat dipercaya. Hasil ukur dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama.

Uji realiabilitas dilakukan dengan metode cronbach's Alpha. Reliabilitas terpenuhi jika nilai Cronbach's Alpha > 0,6 (Heru Mulyanto & Wulandari, 2017:97)

Tabel 4.6

Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N of item	Keterangan
1	Kulitas Produk (X1)	0,889	4	Reliable
2	Harga (X2)	0,864	4	Reliable
3	Lokasi (X3)	0,825	4	Reliable
4	Kepuasan Konsumen (Y)	0,795	4	Reliable

Sumber data diolah pada tahun 2021, SPSS 22

Berdasarkan pada tabel 4.6 hasil koefisien reloabelitas variabel Kualitas produk adalah sebesar = 0,889, Harga = 0,864, Lokasi = 0,825 dan Kepuasan Pelanggan = 0,795. Ternyata mempunyai "Cronbach's Alpha" lebih dari 0,6, yang berarti ketiga variabel tersebut reliabel atau memenuhi persyaratan.

Uji Nomalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		71
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,2647271
Most Extreme Differences	Absolute	,081
	Positive	,065
	Negative	-,081
Test Statistic		,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika nilai signifikan > 0,05, maka nilai Residual berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi < 0,05, maka nilai Rresiduka tidak berdistribusi normal

Dari tabel dapat diberi kesimpulan babhwa 0,200> 0,05, maka nilai residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah adanya korelasi yang sangat kuat antara variabel bebas tidak diharapkan sehingga pengujian dilakukan untuk memastikan tidak terjadi multikolinieritas yang menunjukan variabel bebas satu dengan lainnya seta (independen). Metode pengujian dengan menggunakan VIF (Variance Inflation Factor) dan Tolerance yaitu jika :

- Nilai tolerance seluruh variabel independen mendekati angka 1 atau lebih besar daripada 0,1.
- Nilai VIF seluruh variabel independen berasa di seputar angka 1 dan tidak boleh lebih dari 10

Tabel Multikolineritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,181	1,438		4,993	,000		
	Kualitas Produk	,370	,090	,463	4,097	,000	,650	1,539
	Harga	-,074	,101	-,096	-,733	,466	,480	2,085
	Lokasi	,304	,097	,384	3,121	,003	,547	1,829

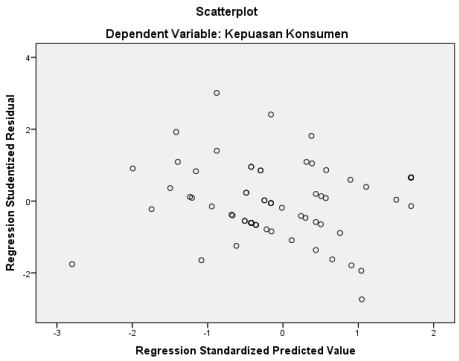
Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa Nilai Tolerance seluruh variabel independen mendekati angka 1 atau lebih besar daripada 0,1 dan nilai VIF seluruh variabel independen berada diseputar angka 1 dan tidak boleh dri 10. Sehingga daat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi Multikolonearitas.

1. **Uji Heteroskedasitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedasitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

a. **Uji Heteroskedasstisitas Metode grafik Scatter Plot**

Scatter Plot



Sumber data diolah pada tahun 2021, SPSS 22

Berdasarkan output scatterplot pada gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda menggunakan jumlah variabel bebas yang berjumlah lebih dari satu indeoenden. Adapun persamaan regresi adalah sebagai berikut.

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,181	1,438		4,993	,000
	Kualitas Produk	,370	,090	,463	4,097	,000
	Harga	-,074	,101	-,096	-,733	,466
	Lokasi	,304	,097	,384	3,121	,003

Y = 7,181 + 0,370 + 0,074 + 0,304

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Kofisien X1 sebesar 0,370 artinya setiap 1 unit nilai X1 (Kualitas Produk) akan menambah nilai Y (Kepuasan Pelanggan) sebesar 0,370
2. Koefisien X2 sebesar 0,074 artinya setiap 1 unit niali X2 (Harga) akan menambah nilai Y (Kepuasan Pelanggan) sebesar 0,074
3. Koefisien X3 sebesar 0,304 artinya setiap 1 unit X3 (Lokasi) akan menambah nilai Y (Kepuasan Pelanggan) sebesar 0,304
4. Konstan sebesar 7,181 artinya X1 (Kualitas Produk), X2 (Harga), dan X3 (Lokasi) = 0, maka Y (Kepuasan Pelanggan) = 7,181

Uji Koefisien Determinansi

Uji determinasi merupakan suautu ukuran yang penting dalamregresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terstimasi, atau dngan kata lain angka tersebut dapat mengukur seberapa dekatkah garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya.

Nilai koefisien determinasi ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X. Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 (R2=0), artinya variasi dari variabel Y tidak dapat dijelaskan oleh variabel X. sementara bila R2=1, artinya variabel Y secara keseluruhan dapat dijelaskan oleh variabel X.

Hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,666[a]	,444	,419	1,29273

Berdasarkan tabel diatas didapatkan nilai Adjusted R square (Koefisien Determinan) sebesar 0,419 yang artinya pengaruh Variabel Independent (X) terhadap variabel Depedendent (Y) sebesar 41,9%.

Hipotesis

1. **Uji T (Uji Parsial)**

Uji parsial digunakan untuk menunjukkan pengaruh secara masing-masing variabel independent yang ada dalam model penelitian ini terhadap variabel dependent. Apabila nilai signifikan kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independent secara parsial atau masing2 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent.

Uji T (Parsial)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,429	1,028		6,253	,000
	KUALITAS PRODUK	,367	,078	,470	4,674	,000
	HARGA	-,04	,09	-,064	-,5	,60
	LOKASI	,328	,087	,409	3,791	,000

Berdasarkan tabel diatas terdapat Thitung sebesar 4,097 dan Ttabel sebesar 1,985. Pada analisis regresi digunakan probabilitas 2 sisi nilai Ttabel = (a/2 ; n-k-1) = 0,05/2 ; 99-3-1 = (0,025;95) = 1,985 dan membandingkan Thitung dan Ttabel dengan cara Thitung > Ttabel yaitu 4,674 > 1,985 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Maka Kualitas Produk nilai Thitung > Ttabel maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya Kualitas Produk secara berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan.

Berdasarkan tabel diatas terdapat Thitung sebesar 0,733 dan Ttabel sebesar 1,985. Pada analisis regresi digunakan probabilitas 2 sisi nilai Ttabel = (a/2 ; n-k-1) = 0,05/2 ; 99-3-1 = (0,025;95) = 1,985 dan membandingkan Thitung dan Ttabel dengan cara Thitung > Ttabel yaitu 0,516 < 1,985 dan nilai signifikan 0,466 < 0,05. Maka Harga nilai Thitung < Ttabel maka H0 diterima dan H1 ditolak, artinya Harga secara tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan.

Berdasarkan tabel diatas terdapat Thitung sebesar 3,121 dan Ttabel sebesar 1,985. Pada analisis regresi digunakan probabilitas 2 sisi nilai Ttabel = (a/2 ; n-k-1) = 0,05/2 ; 99-3-1 = (0,025;96) = 1,985 dan membandingkan Thitung dan Ttabel dengan cara Thitung > Ttabel yaitu 3,791 > 1,985 dan

nilai signifikan 0,003 < 0,50. Maka Lokasi nilai Thitung > Ttabel maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya Lokasi secara berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan.

Uji F

Uji F yaitu dengan membandingkan nilai probabilitas (Sig F) terhadap taraf uji penelitian (Alpha=0,05). Kriteria yang digunakan untuk uji F adalah sebagai berikut :

a. Jika Fhitung < Ftabel maka H0 diterima dan H1 ditolak ini berarti tidak terdapat pengaruh simultan antara variabel X dan Y.
b. Jika Fhitung > Ftabel maka H0 ditolak dan H1 diterima ini berarti terdapat pengaruh simultan antara variabel variabel X dan Y

Menurut iman Ghozali (2011 :101) jika nilai Sign < 0,05 maka artinya variabel Independent (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Depedent (Y)

Jika nilai F hitung > F tabel amak artinya variael independen (X) secraa simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) Rumus :

F tabel = (k:-n-k)

= (3;99-3) = 3;96 = 2,70

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, didapatkan hasil Uji F adalah

Fhitung > Ftabel

= 17,846 > 2,70

Jadi kesimpulannya adalah F hitung > F tabel berarti Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Lokasi (X3) Secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Hasil penilitian menununjukkan Kualitas

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	89,469	3	29,823	17,846	,000[b]
	Residual	111,967	67	1,671		
	Total	201,437	70			

Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial, bahwa uji-t terbukti dengan pengaruh positif dan signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesisi pertama dapat diterima.

2. Hasil penilitian menjukan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sevata parsial, sehingga dapat disimpulkan hipotesis kedua tidak dapat diterima.
3. Hasil penelitian ketiga menunjuka Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial, sehingga dapat disimpulkan bhawa hipotesis kedua dapat diterima.

Saran

Hasil penilitian yang telah dilakukan mendorong adanya masukan-masukan untuk penilitian sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis menyatakan Kualitas Produk, Harga dan Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sehinga variabel

Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi menunjukan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pesona Coffee Cikarang Baru oleh karena itu sebaiknya memperlihatkan variabel dan menambahkan kualitas pada produk agar untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan

2. Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka penulis memberikan beberapa saran-saran sebagai berikut :
   a. Harus meningkatkan Kualitas Produk
   b. Harus meningkatkan harga melalui diskon atau potongan agar para pelanggan semakin tertarik untuk menikmati kopi agar nantinya akan kembali lagi.
   c. Tingkatnya Kualitas Produk, Harga dan Lokasi secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan
3. Bagi peniliti selanjutnya
   a. Peniliti diharapkan mengkaji lebih banyak sumber refrensi
   b. Peniliti diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data dan bisa menciptakan ide baru dengan menambah variabel lainnya yang memiliki kemungkinan yang sangat berpengauh terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Fauzan, F., & Mudiantono, M. (2014). *Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Lokasi Terhadap Minat Terus Sebagai Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Penghuni Kost Sekitar Tembalang Dalam Empat Wilayah)*.

Krisdayanto, I., Haryono, A. T., PT, E. G., Analisis, H., Pelayanan, A. K., Fasilitas, L., & Putra, net B. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandungan. *Journal of Management*, *4*(4).

Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitaas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, *6*(3), 1658–1667. https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20411

Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, *3*(2), 134–146. https://doi.org/10.33557/JIBM.V3I2.1106

Masrul, O. :, & Karneli, O. (2017). Pengaruh Store Atmosphere dan Store Location Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Texas Chicken Plaza Citra Pekanbaru). *JOM FISIP*, *4*(2).

Mukhlis, M. A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J & T di Muara Bulian. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, *3*(1), 1–9. https://doi.org/10.33087/EKONOMIS.V3I1.50

Prayoga, J. (n.d.). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warunk Upnormal DI Cikarang Utara. *https://ecampus.pelitabangsa.ac.id:443/pb/AmbilLampiran?ref=2489&jurusan=&jenis=Skripsi&usingId=false&download=false&clazz=ais.database.model.file.LampiranLain*. Diambil 20 September 2021,

dari http://repository.pelitabangsa.ac.id/xmlui/handle/123456789/2085

Purnama, N. I., Nasution, M. F. H., & Astuti, R. (2022). Pengaruh Harga Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di 212 Mart. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, *3*(1), 74–86. https://doi.org/10.53695/JA.V3I1.564

Sudirman, A., Efendi, E., & Harini, S. (2020). Kontribusi harga dan kepercayaan konsumen untuk membentuk kepuasan pengguna transportasi berbasis aplikasi. *Journal of Business and Banking*, *9*(2), 323. https://doi.org/10.14414/JBB.V9I2.2078

Suyanti. (2021). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen DiWarung Kopi Netral RANTAUPRAPAT. *Jurnal manajemen Akuntansi*, *1*. https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/JUMSI

Wijaya, C. V. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *Agora*, *5*(1). http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/5294