

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Leny Muniroh, Ecin Kuraesin, Hannisa Rahmaniar Hasnin, Fikri Al Mukharam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia
Jl. Sholeh Iskandar, RT.01/RW.10, Kedungbadak, Kec. Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat
16162

Info Artikel

Kata Kunci:
Kualitas Pelayanan;
Kepuasan Konsumen; Lokasi

ISSN (print): 1978-6387
ISSN (online): 2623-050X

Keywords:
Customer satisfaction; Location; Quality Service

Korespondensi Penulis:
Hannisa Rahmaniar H
Email:
hannisa.r@gmail.com



Abstraksi

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald's Semplak, Bogor. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei menggunakan data primer yang didapat dari hasil penyebaran kuisioner kepada 100 orang pengunjung McDonald's Semplak, Bogor. Prosedur penarikan sampel menggunakan convenience simple random sampling. Hasil analisis penelitian menggunakan SPSS versi 20 dengan hasil analisis sebagai berikut $Y = 9.576 + 0.405 X1 + 0.340 X2$. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Didukung dengan koefisien determinasi sebesar 0.732. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($55.918 > 3.09$) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald's Semplak, Bogor.

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of service quality and location on customer satisfaction interest at Drive Thru Service McDonald's Semplak, Bogor. This research was conducted with a survey method using primary data obtained from the result of distributing questionnaires to 100 visitors to McDonald's Semplak, Bogor. The sampling procedure was convenience simple random sampling. The results of the research analysis using SPSS version 20 with the following analysis results $Y = 9.576 + 0.405 X1 + 0.340 X2$. This shows that quality service and location have a positive and significant effect on customer satisfaction interest. Supported by a determination coefficient of 0.732. Value $F_{count} > F_{table}$ ($55.918 > 3.09$) so it can be concluded that there is a significant relationship between the quality service and location variables simultaneously on customer satisfaction interest at Drive Thru Service McDonald's Semplak, Bogor.

1. Pendahuluan

Dengan masuknya Indonesia ke era globalisasi membuat persaingan bisnis semakin hari semakin ketat hingga tercipta kompetisi bisnis yang tidak bisa dihindari oleh setiap pelaku usaha. Semua pelaku usaha didesak agar mampu bekerja lebih keras dalam memaksimalkan kinerja mereka agar dapat memuaskan lebih banyak konsumen dan sanggup berkompetisi dengan pasar bebas yang akan dihadapi.

Satu diantaranya adalah usaha di industri kuliner, Industri kuliner dalam waktu yang lama telah menghadapi sengitnya pasar bebas. Salah satunya restoran cepat saji atau biasa disebut fast food. Selama satu dekade terakhir, sudah banyak restoran cepat saji dari luar negeri masuk ke Indonesia. Restoran cepat saji yang berasal dari luar negeri seperti McDonald's, KFC, A&W, Pizza Hut, Yoshinoya dan lainnya memiliki beberapa cabang yang sudah tersebar luas serta beberapa diantaranya telah menjadi market leader di Indonesia untuk waktu yang cukup lama. Restoran cepat saji mempunyai konsep restoran yang menyediakan makanan atau minuman dengan cepat, konsep itu selaras dengan mobilitas masyarakat Indonesia yang selalu bergerak cepat.

Mengetahui perilaku konsumen yang selalu bergerak cepat maka restoran fast food harus bisa memenuhi kebutuhan itu, salah satu caranya adalah dengan menyediakan layanan drive thru di restoran mereka. Dalam layanan drive thru, restoran dapat melayani konsumen yang menunggu di kendaraanya tanpa harus keluar, konsumen dapat memesan melalui order point yang telah disediakan. Cara ini digemari banyak konsumen karena lebih praktis, cepat dan lebih menghemat waktu.

Rasa puas dari konsumen dalam layanan drive thru harus selalu diperhatikan agar konsumen bisa mendapatkan kesan yang positif setelah menggunakan layanan drive thru. Maka dari itu restoran harus bisa memberikan pelayanan yang maksimal.

Kualitas pelayanan harus diterapkan untuk menciptakan rasa nyaman kepada konsumen

agar konsumen mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi mereka, lebih baik lagi dapat melebihi ekspektasi dari yang diharapkan. Dengan cara itu restoran bisa mendapatkan timbal balik yang positif dan dapat memenuhi harapan serta kebutuhan konsumen, sehingga konsumen bisa mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

Selain kualitas pelayanan, dalam layanan drive thru aspek yang harus diperhatikan adalah lokasi, seperti mudahnya akses menuju lokasi serta ideal atau tidaknya lingkungan dan lalu lintas sekitar tempat tersebut. Karena jika seorang konsumen dapat dengan mudah menjangkau akses mendatangi lokasi, maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Rumusan masalah yang ingin diajukan adalah apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen? Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen? Serta apakah kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?.

2. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu praduga dari pengaruh variable independen terhadap variable dependen atau hasil dari suatu penelitian yang diharapkan mempunyai pengaruh yang positif pada hasil dari penelitian tersebut. Hipotesis dinyatakan sebagai berikut:

Ha₁: Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Ho₁: Kualitas Pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Ha₂: Lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Ho₂: Lokasi tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Ha₃: Kualitas Pelayanan dan Lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Ho₃: Kualitas Pelayanan dan Lokasi tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

3. Metode Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, data diperoleh dari hasil survey berupa pemberian kuesioner yang ditujukan untuk pengunjung McDonald's Semplak, Bogor.

Populasi dalam penelitian ini diambil dari jumlah populasi kota Bogor, Diambil dari situs (Badan Pusat Statistik Kota Bogor, 2018) penduduk kota Bogor berjumlah 1.081.009 jiwa. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji realibilitas dan uji statistic dengan tujuan mengetahui pengaruh variable bebas dan variable terikat.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Dengan menggunakan data 100 kuesioner yang telah diperoleh dari pengunjung McDonald's Semplak, Bogor, Penulis ingin mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada layanan drive thru McDonald's Semplak, Bogor. Peneliti mengklasifikasikan responden sebagai berikut:

Tabel 1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	55	55,0	55,0	55,0
	Wanita	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari table 1 menunjukkan bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin pria sejumlah 55 orang dengan persentase 55% dan jumlah responden berjenis kelamin wanita berjumlah 45 orang dengan persentase 45%.

Tabel 2. Data Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>15	72	72,0	72,0	72,0
	25-40	26	26,0	26,0	98,0
	41-55	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari table 2 menunjukkan bahwa jumlah responden memiliki beberapa klasifikasi dengan usia yang bervariasi dan dapat dirincikan sebagai berikut >15 tahun berjumlah 72 responden dengan persentase 72%, 25-40 tahun berjumlah 26 responden dengan persentase 26 %, 41-55 tahun berjumlah 2 responden dengan persentase 2%.

Tabel 3. Data Responden Berdasarkan Status

		Status			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	56	56,0	56,0	56,0
	Pegawai/Karyawan	43	43,0	43,0	99,0
	Ibu Rumah Tangga	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari table di atas menunjukkan jumlah responden yang berstatus pelajar/mahasiswa berjumlah 56 orang dengan persentase sebesar 56%, jumlah responden yang berstatus pegawai/karyawan berjumlah 43 orang dengan persentase sebesar 43%, dan jumlah responden yang berstatus ibu rumah tangga berjumlah 1 orang dengan persentase sebesar 1%.

Uji Validitas

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan Indikator Kuisisioner

Indikator Kuisisioner	R hitung	R table	Keterangan
X1.1	0.512	0.195	Valid
X1.2	0.896	0.195	Valid
X1.3	0.960	0.195	Valid
X1.4	0.953	0.195	Valid
X1.5	0.940	0.195	Valid

Dari table 4 dapat diketahui bahwa untuk variable Kualitas Pelayanan (X1), dengan 5

pertanyaan yang ada dalam instrument penelitian dinyatakan valid, semua indikator pertanyaan memiliki nilai korelasi (R hitung) > dengan R tabel = 0.195 dan nilai korelasi (R hitung) terbesar adalah pada pertanyaan X1.3 dengan nilai R = 0.960

Uji Validitas Terhadap Lokasi

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Lokasi

Indikator Kuisisioner	R hitung	R _{table}	Keterangan
X2.1	0.646	0.195	Valid
X2.2	0.669	0.195	Valid
X2.3	0.704	0.195	Valid
X2.4	0.630	0.195	Valid
X2.5	0.687	0.195	Valid

Dari table diatas dapat diketahui bahwa untuk variable Lokasi (X2), dengan 5 pertanyaan yang ada dalam instrument penelitian dinyatakan valid, semua indikator pertanyaan memiliki nilai korelasi (R hitung) > dengan R tabel = 0.195 dan nilai korelasi (R hitung) terbesar adalah pada pertanyaan X2.3 dengan nilai R = 0.704.

Uji Validitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Indikator Pertanyaan	R hitung	R _{table}	Keterangan
Y.1	0.563	0.195	Valid
Y.2	0.799	0.195	Valid
Y.3	0.722	0.195	Valid
Y.4	0.695	0.195	Valid
Y.5	0.459	0.195	Valid
Y.6	0.697	0.195	Valid

Dari table diatas dapat diketahui bahwa untuk variable Kepuasan Konsumen (Y), dengan 6 pertanyaan yang ada dalam instrument penelitian dinyatakan valid, semua indikator pertanyaan memiliki nilai korelasi (R hitung) > dengan R tabel = 0.195 dan nilai korelasi (R hitung) terbesar adalah pada pertanyaan Y2 dengan nilai R = 0.799.

Uji Reliabilitas

Dalam pengujian reliabilitas, peneliti menggunakan metode pengukuran Cronbach Alpha dengan signifikasi sebesar 0,6, bila nilai Cronbach Alpha dari suatu variabel > 0,6 maka indikator pertanyaan yang diajukan reliabel. Namun sebaliknya, jika nilai Cronbach Alpha dari suatu variabel < dari 0,6 maka indikator pertanyaan tersebut tidak reliabel.

Tabel 7. Uji Reliabilitas terhadap Kualitas Pelayanan

Reliability Statistiks	
Cronbach's Alpha	N of Items
.911	5

Dengan melihat nilai Cronbach's Alpha pada tabel di atas yang sebesar 0.911, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa butir pertanyaan dalam kuisisioner Kualitas Pelayanan adalah reliabel dan dapat diterima.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Lokasi

Reliability Statistiks	
Cronbach's Alpha	N of Items
.687	5

Dengan melihat nilai Cronbach's Alpha pada tabel di atas yang sebesar 0.687, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa butir pertanyaan dalam kuisisioner Lokasi adalah reliabel dan dapat diterima.

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Reliability Statistiks	
Cronbach's Alpha	N of Items
.739	6

Dengan melihat nilai Cronbach's Alpha pada tabel di atas yang sebesar 0.739, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa butir pertanyaan dalam kuisisioner Kepuasan Konsumen adalah reliabel dan dapat diterima.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 10 Hasil Analisis Korelasi Kualitas Pelayanan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.465	.460	1.355

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Dari data tabel di atas, dapat diperoleh nilai koefisien korelasi atau R sebesar 0,682. Berdasarkan tabel interval nilai koefisien dapat diketahui bahwa nilai tersebut berada di interval 0,60-0,79 Artinya tingkat hubungan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah kuat dan positif, artinya apabila X1 naik maka Y naik, sebaliknya apabila X1 turun maka Y turun.

Tabel 11 Hasil Analisis Determinasi Kualitas Pelayanan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.465	.460	1.355

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Dari data tabel di atas, dapat diperoleh nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0.465 atau pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 46,5%, dan sisanya 53,5% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti.

Tabel 12 Hasil Analisis Regresi Kualitas Pelayanan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.886	1.152		12.055	.000
	Kualitas Pelayanan	.517	.056	.682	9.236	.000

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Dari tabel di atas dapat diketahui persamaan regresinya $Y = 13.886 + 0.517 X1$. Dimana 13.886 adalah bilangan konstanta yang artinya apabila variabel Kualitas Pelayanan (X1) sama dengan nol, maka besarnya Kepuasan Konsumen (Y) adalah 13.886. Nilai koefisien X1 sebesar 0,517 artinya jika X1 naik, maka Y akan naik sebesar 0.517 satuan.

Pengujian Hipotesis

Kriteria pengujian uji T : jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak (H_a diterima). Nilai t tabel memiliki derajat bebas (db) = $100 - 2 = 98$ maka t tabel = 1.660. Karena $T_{hitung} = 9.236 > T_{tabel} = 1.660$ maka H_0 ditolak (H_a diterima) hasil ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Pengaruh Lokasi Terhadap kepuasan Konsumen

Tabel 13 Hasil Analisis Korelasi Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.563 ^a	.317	.310	1.532

a. Predictors: (Constant), Lokasi

b. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Dari data tabel di atas, dapat diperoleh nilai koefisien korelasi atau R sebesar 0,563. Berdasarkan tabel interval nilai koefisien dapat diketahui bahwa nilai tersebut berada di interval 0,40-0,59. Artinya tingkat hubungan antara Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sedang dan positif, artinya apabila X2 naik maka Y naik, sebaliknya apabila X2 turun maka Y turun.

Tabel 14 Hasil Analisis Determinasi Lokasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.563 ^a	.317	.310	1.532

a. Predictors: (Constant), Lokasi

b. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Dari data tabel di atas, dapat diperoleh nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0.317 atau pengaruh variabel Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 31,7%, dan sisanya 68,3% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti.

Tabel 15 Hasil Analisis Regresi Lokasi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.216	1.822		6.705	.000
	Lokasi	.631	.094	.563	6.738	.000

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Dari tabel di atas dapat diketahui persamaan regresinya $Y = 12.216 + 0.631 X_2$. Dimana 12.216 adalah bilangan konstanta yang artinya apabila variabel Lokasi (X_2) sama dengan nol, maka besarnya Kepuasan Konsumen (Y) adalah 12.216. Nilai koefisien X_2 sebesar 0,631 artinya jika X_2 naik, maka Y akan naik sebesar 0.631 satuan.

Pengujian Hipotesis

Kriteria pengujian uji T : jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak (H_a diterima). Nilai t tabel memiliki derajat bebas (db) = $100 - 2 = 98$ maka $t_{tabel} = 1.660$. Karena $T_{hitung} = 6.738 > T_{tabel} = 1.660$ maka H_0 ditolak (H_a diterima) hasil ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 16 Hasil Analisis Korelasi Kualitas Pelayanan dan Lokasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.536	.526	1.270

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

b. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Dari data tabel di atas, dapat diperoleh nilai koefisien korelasi atau R sebesar 0,732. Berdasarkan tabel interval nilai koefisien dapat diketahui bahwa nilai tersebut berada di interval 0,60-0,79. Artinya tingkat hubungan antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah kuat dan positif, artinya apabila X_1 dan X_2 naik maka Y naik, sebaliknya apabila X_1 dan X_2 turun maka Y turun.

Tabel 17 Hasil Analisis Determinasi Kualitas Pelayanan dan Lokasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.536	.526	1.270

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

b. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Dari data tabel di atas, dapat diperoleh nilai koefisien determinasi atau R_{square} sebesar 0.536 atau pengaruh variable Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap

Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 53,6%, dan sisanya 46,4% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti.

Tabel 18 Hasil Analisis Regresi Kualitas Pelayanan dan Lokasi

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig.	
1	(Constant)	9.576	1.560		6.140	.000
	Kualitas Pelayanan	.405	.060	.535	6.761	.000
	Lokasi	.340	.089	.303	3.828	.000

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Dari tabel di atas dapat diketahui persamaan regresinya $Y = 9.576 + 0.405 X_1 + 0.340 X_2$. Dimana 9.576 adalah bilangan konstanta yang artinya apabila variable Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) sama dengan nol, maka besarnya Kepuasan Konsumen (Y) adalah 9.576.

Nilai koefisien X_1 sebesar 0,405 artinya hubungan antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepuasan Konsumen (Y) adalah positif atau setiap kenaikan nilai variable Kualitas Pelayanan sebesar 1 poin, maka akan meningkatkan nilai kepuasan konsumen sebesar 0,405.

Nilai koefisien X_2 sebesar 0,340 artinya hubungan antara Lokasi (X_2) dan Kepuasan Konsumen (Y) adalah positif atau setiap kenaikan nilai variable Lokasi sebesar 1 poin, maka akan meningkatkan nilai kepuasan konsumen sebesar 0,340.

Pengujian Hipotesis

Tabel 19 ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	180.337	2	90.168	55.918	.000 ^b
	Residual	156.413	97	1.613		
	Total	336.750	99			

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

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

Kriteria pengujian uji F : jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak (H_a diterima). Nilai F tabel memiliki derajat bebas (db) = $100 - 2 = 98$ maka $F_{tabel} = 3.09$.

Berdasarkan table di atas nilai $F_{hitung} = 55.918$ dengan nilai signifikansi 0.000 dan $F_{tabel} = 3.09$, maka $F_{hitung} = 55.918 > F_{tabel} = 3.09$, H_0 ditolak (H_a diterima). Hasil ini

menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.00$.

4. Simpulan dan Saran

Simpulan

Hasil korelasi hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen adalah sebesar 0.682. Hal ini juga menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara variabel X1 (Kualitas Pelayanan) dan Variabel Y (Kepuasan Konsumen). Persamaan regresinya adalah $Y = 13.886 + 0.517 X1$. Dimana 13.886 adalah bilangan konstanta yang berarti apabila variabel bebas X1 (Kualitas Pelayanan) sama dengan nol, maka besarnya variabel Y (Kepuasan Konsumen) adalah 13.886.

Dengan kata lain, bila Variabel bebas X1 (Kualitas Pelayanan) nilainya dianggap nol berarti besarnya variabel Y (Kepuasan Konsumen) adalah 13.886. Nilai koefisien X1 adalah 0.517 yang artinya jika X1 naik satu satuan maka Y akan naik 0.517 satuan. Hasil Koefisien determinasi sebesar 0.465 atau 46.5% menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 46.5%. Karena t hitung = $9.236 > t$ tabel = 1.660 maka H_0 ditolak (H_a diterima) hasil ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Hasil Korelasi hubungan antara Lokasi dan Kepuasan Konsumen adalah sebesar 0.563. Hal ini menunjukkan terdapat hubungan yang sedang antara variabel X2 (Lokasi) dan Y (Kepuasan Konsumen). Persamaan regresinya adalah $Y = 12.216 + 0.631 X2$. Dimana 12.216 adalah bilangan konstanta yang berarti apabila variabel bebas X2 (Lokasi) sama dengan nol, maka besarnya variabel Y (Kepuasan Konsumen) adalah 12.216.

Dengan kata lain, bila Variabel bebas X2 (Kualitas Pelayanan) nilainya dianggap nol berarti besarnya variabel Y (Kepuasan Konsumen) adalah 12.216. Nilai koefisien X2

adalah 0.631 yang artinya jika X2 naik satu satuan maka Y akan naik 0.631 satuan. Hasil koefisien determinasi sebesar 0.317 atau 31.7% menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X2) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 31.7%. Karena t hitung = $6.738 > t$ tabel = 1.660 maka H_0 ditolak (H_a diterima) hasil ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Hasil korelasi hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0.732. Maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel X1 (Kualitas Pelayanan) dan X2 (Lokasi) dan Y (Kepuasan Konsumen) adalah kuat dan positif. Persamaan regresinya adalah $Y = 9.576 + 0.405 X1 + 0.340 X2$. Variabel X1 sebesar 0.405 yang berarti hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen adalah positif atau setiap kenaikan nilai skor variabel X1 sebesar satu poin, maka akan meningkatkan nilai Kepuasan Konsumen sebesar 0.405. Variabel X2 sebesar 0.340 ini berarti hubungan antara Lokasi dan Kepuasan Konsumen adalah positif atau setiap kenaikan skor X2 sebesar satu poin maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0.340.

Berdasarkan nilai t pada regresi berganda menunjukkan bahwa variabel X1 (Kualitas Pelayanan) lebih dominan dari pada pengaruh Variabel X2 (Lokasi). Hasil Koefisien determinasi sebesar 0.536 atau sebesar 53.6% yang berarti bahwa besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen adalah 53.6%. Karena hasil f hitung = $55.918 > f$ tabel = 3.09 maka H_0 ditolak (H_a diterima) hasil ini menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Saran

Berdasarkan tanggapan dari responden, untuk meningkatkan kualitas pelayanan bisa dilakukan dengan cara memberikan pengarahan kepada pegawai dalam hal

ketangkasan dan keramahan pada saat melayani konsumen. Disarankan perusahaan memberikan motivasi kepada karyawan seperti pengarahan sebelum bekerja dan evaluasi setelah bekerja, lalu meningkatkan minat dalam membantu memenuhi kebutuhan konsumen, dan yang terakhir memberikan pelatihan dan pengarahan agar para pekerja bisa bekerja dengan maksimal.

Tanggapan dari responden mengenai variabel lokasi, halaman parkir yang tersedia di McDonald's Semplak Kota Bogor memiliki tempat yang tidak luas, disarankan halaman parkir diperluas agar dapat menampung lebih banyak konsumen dan dapat lebih meningkatkan kepuasan para konsumen di McDonald's Semplak Kota Bogor.

Penelitian ini belum dikatakan sempurna dan masih banyak memiliki kekurangan. Untuk itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut diluar variabel yang diteliti oleh penulis. Langkah-langkah yang diberikan penulis setidaknya bisa menciptakan dan memberikan peningkatan kepuasan konsumen berdasarkan lokasi dan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen, dimana ketika kualitas pelayanan dan lokasi yang diberikan mampu memberikan kepuasan kepada konsumen dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. 2018. "Jumlah Penduduk Kota Bogor." Diambil 13 Januari 2020 (<https://Bogorkota.Bps.Go.Id/Statictable/2018/10/01/183/Jumlah-Penduduk-Dan-Laju-Pertumbuhan-Penduduk-Menurut-Kecamatan-Di-Kota-Bogor-2010-2016-Dan-2017.Html>).
- Churchill , Jr., Gilbert A. 2005. Dasar-Dasar Riset Pemasaran. Edisi 4, Jilid 2. 2 Ed. Jakarta: Erlangga.
- Harinaldi. 2005. Prinsip Statistik Untuk Teknik & Sains. Erlangga.
- Hs, Widjono. 2007. Bahasa Indonesia Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian Di Perguruan Tinggi (Revisi). Grasindo.
- Mandey, Jilly Bernadette. 2013. "Promosi,

Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild." Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi 1(4). Doi: 10.35794/Emba.V1i4.2577.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta