

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ROLAG CAFE DIPONEGORO SURABAYA

Nano Gunawan, Chandra Kartika
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Putra
Nanogunawan7@gmail.com, chandrakartika@uwp.ac.id

ABSTRACT

This research is meant to examine the influence of service quality, price, and place to the customer satisfaction at Cafe Rolag Diponegoro Surabaya. The population of this research is all customers who have ever visited at Cafe Rolag Diponegoro Surabaya. The research samples has been obtained by using accidental sampling method. In according to the predetermined criteria 100 respondents who have ever visited Cafe Rolag Diponegoro Surabaya have been selected as samples. The analysis method has been carried out by using multiple linear analysis with SPSS application .The result of the model feasibility test which has been done by using F test has concluded that the research model is feasible to be used for the following analysis. Meanwhile the result of hypothesis t test (partial) shows that service quality has significant influence to the customer satisfaction.And place has significant influence to the customer satisfaction.

Keywords: Service quality, place, and customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Banyaknya bisnis dibidang kuliner yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Salah satu bisnis yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah *cafe*, Rolag *café* merupakan sebuah *café* yang terletak di daerah Jambangan dan Diponegoro tepatnya dijalan Kembang Kuning Surabaya, rolag *café* menggunakan konsep *indoor* dan *outdoor* sehingga pelanggan merasa nyaman berkunjung

kesana. Menu yang disajikan ada berbagai macam dengan harga yang sangat terjangkau untuk semua kalangan baik anak sekolah, mahasiswa, maupun pekerja. Minuman yang disajikan mulai dari *coffee drop*, *coffee press*, teh, susu, wedang, *milkshake* dan yang lain sebagainya, makanan yang disajikan pun mulai dari makanan ringan sampai makanan berat semua tersaji di rolag *café*. Dari tabel 1.1 dapat dilihat pada bulan Januari – Maret 2018 di rolag *cafe* Diponegoro Surabaya jumlah pengunjung semakin meningkat.

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Rolag Café
Januari-Maret 2018

No	Bulan	Pengunjung
1	Januari	2.891
2	Februari	2.998
3	Maret	3.112

Sumber: Rolag *Café* Diponegoro Surabaya, 2018

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas dan senang (Kotler, 2008:177). Oleh karena itu, mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangatlah perlu, walaupun hal tersebut tidaklah semudah mengukur berat badan atau tinggi badan pelanggan yang bersangkutan. Menurut Philip Kotler (2009:68), faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah lokasi, pelayanan, dan harga. Dalam penelitian ini faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang akan di teliti adalah kualitas pelayanan dan lokasi. Penelitian ini mengambil objek penelitian yaitu pelanggan rolag *cafe* Diponegoro Surabaya. kendala terjadi karena yang dirasakan para pengunjung menurut hasil wawancara dari beberapa pengunjung. Para pengunjung mengeluhkan bahwa kecepatan pelayanan sedikit menurun karena ramainya pelanggan, kebersihan yang terabaikan karena para pegawai sibuk melayani pelanggan yang sangat ramai, serta lahan parkir motor yang kurang luas. Selain itu, pelanggan masih kebingungan untuk mencari tempat karena tidak dibantu oleh pegawai *cafe* seperti *cafe* yang ada disamping Rolag *cafe* tersebut (Kober Mie Setan). Selain hal tersebut, ada beberapa karyawan yang mengeluhkan untuk jumlah kasir ditambah karena jumlah pengunjung yang sangat banyak sehingga dapat memperpendek antrian yang sedang berjalan atau menunggu untuk pembayaran. Kualitas pelayanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan

konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Menurut Tjiptono (2012:58) untuk melayani pelanggan secara prima kita diwajibkan untuk memberikan layanan yang pasti handal, cepat serta lengkap dengan tambahan empati dan penampilan menarik.

Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas pelayanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud. Selain kualitas pelayanan, perusahaan yang bergerak dibidang jasa juga harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya. Menurut Kasmir (2013:129) lokasi yaitu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya, sedangkan menurut Lupiyoadi (20013:42) lokasi berhubungan dengan dimana perusahaan harus bemarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Fenomenologi yang terjadi pada penelitian dengan memilih lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Seseorang maupun kelompok cenderung memilih rumah makan atau *café* yang berlokasi dekat dengan aktivitasnya. Komponen yang mengangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang startegis (mudah dijangkau), didaerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat dengan pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung dan lain-lain (Tjiptono, 2012:54).

Menurut hasil penelitian terdahulu dari Eswika (2015) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, berbeda dengan hasil penelitian dari Yesenia (2014) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melainkan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Menurut hasil penelitian terdahulu dari Fatchur (2014) mengatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan hasil penelitian terdahulu dari Andreas (2016) yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan gambaran diatas penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Rolag Café Diponegoro Surabaya”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah gambaran secara deskripsi kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan pelanggan Rolag *Cafe* Diponegoro Surabaya?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya?
4. Apakah kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya?

Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang diajukan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan pelanggan Rolag *Cafe* Diponegoro Surabaya
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh

terhadap kepuasan pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya.
4. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya.

TELAAH PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas dan senang (Kotler, 2008:177). Sedangkan menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Kualitas Pelayanan

Persoalan kualitas kini sepertinya sudah menjadi “harga yang harus dibayar” oleh perusahaan agar tetap *serve* dalam bisnisnya. Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Nilai yang diberikan pelanggan, sangat kuat didasari oleh faktor kualitas jasa. Dimana kualitas suatu produk/jasa memenuhi spesifikasi – spesifikasinya. Menurut *American Society for Quality Control* dalam Kotler dan Keller (2013:153) kualitas adalah keseluruhan ciri – ciri dan karakteristik – karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya

untuk memenuhi kebutuhan – kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.

Lokasi Usaha

Menurut Tjiptono (2002:92) “Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya”. Sedangkan Menurut Kasmir (2009:129) lokasi yaitu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya. Lokasi berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya (Lupiyoadi (2009:42).

Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan smartfren menurut Irawati dan Syahril (2015). Menurut Adisaputro (2010) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan juga tergantung pada kualitas produk dan pelayanannya. TQM (total quality management) merupakan pendekatan oleh keseluruhan organisasi perusahaan yang secara terus menerus memperbaiki kualitas dari cara bagaimana organisasi memproses produk dan jasa guna mencapai kepuasan yang diinginkan pelanggan atau konsumen. Menurut penelitian Agyapong (2011) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan. Agyapong (2011) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan tergantung pada cara perusahaan mempertahankan kualitas pelayanannya yang tinggi.

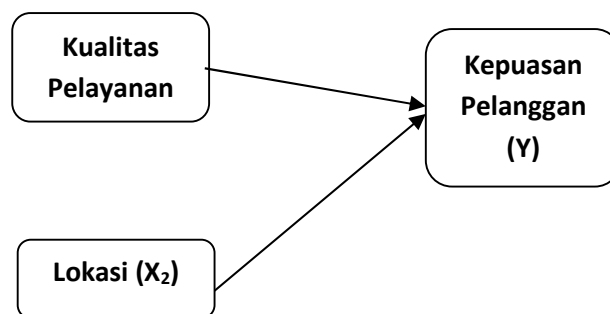
Hubungan Antara Lokasi Usaha dan Kepuasan Pelanggan

Lokasi merupakan faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha. Fleksibilitas sebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana suatu usaha mampu berreaksi terhadap situasi perekonomian disekelilingnya. Menurut

Tjiptono dan Chandra (2011) lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor – faktornya diantaranya adalah akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir yang luas, nyaman dan aman, ekspansi, lingkungan, kompetisi, dan peraturan pemerintah. Pada era modern sekarang ini seringkali dijumpai bahwa faktor – faktor diatas tidak berpengaruh terhadap volume pembelian suatu *cafe*. Para pelanggan lebih mengutamakan kualitas *cafe* yang tidak ditemui pada tempat lain. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Warikiet *at al* (2015) yang mengatakan bahwa lokasi berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen.

Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran menggambarkan rancangan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2010:60) mengemukakan bahwa, kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti, yang selanjutnya dirumuskan dalam bentuk paradigm penelitian dan setiap menyusun paradigma penelitian harus didasarkan pada kerangka berpikir. Berdasarkan uraian di atas kerangka pemikiran yang dikembangkan dalam penelitian ini mengacu pada tinjauan teori sehingga dapat digambarkan dalam model penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap perumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan (Sugiyono, 2011:64). Dari rumusan masalah yang telah dirumuskan diatas maka peneliti akan mengajukan hipotesis seperti berikut:

1. Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya
2. Ada pengaruh signifikan antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya
3. Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis pendekatan penelitian dalam studi ini yaitu jenis kuantitatif, yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka – angka. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau pada sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan (Sugiyono, 2011:8)

Populasi dan Teknis Pengambilan Sampel

Populasi

Salah satu langkah yang ditempuh dalam penelitian adalah menentukan objek yang akan diteliti dan besarnya populasi yang ada. Menurut Sugiyono (2011: 11) yang dimaksud dengan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Dalam penelitian ini, Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Rolag *café* Diponegoro Surabaya sebanyak 3112 pelanggan.

Sampel

Sugiyono (2011:16), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Sujarweni, 2015) yang dinyatakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Dimana:

n = jumlah anggota sampel

N = jumlah anggota populasi

e = persen kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan,

Dengan menggunakan e sebesar 10%, maka jumlah sampel dari rumus Slovin tersebut dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{3112}{1 + (3112 \cdot 0,1^2)}$$
$$n = \frac{3112}{32,13}$$
$$= 90$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 90 responden untuk mewakili jumlah populasi dan mendapat data yang akurat dengan menggunakan *random sampling*.

Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini ada di Rolag *Café* Diponegoro Jalan Kembang Kuning Surabaya.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Definisi Variabel

Sugiyono (2012) mendefinisikan variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan dua jenis variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dan variabel variabel dependen dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Independen

Variabel independen disebut juga sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah:

a. Kualitas pelayanan (X1)

b. Lokasi (X2)

2. Variabel dependen

Variabel ini sering disebut variabel *output*, kriteria, konsekuen. Variabel dependen dalam bahasa Indonesia disebut terikat, variabel ini merupakan yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

Definisi Operasional Variabel

Operasional dalam variabel, indikator, sub indikator, sumber rujukan dan nomor pertanyaan sebagai lampiran, sebagai berikut:

Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Tjiptono (2012:311) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standart kinerja lainnya) dan kinerja aktual, produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan.

Indikator: Kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan. (Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, 2004:101)

Kualitas pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan atau kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan (Goetsch dan Davis dalam Tjiptono, 2005:51)

Indikator kualitas layanan dalam penelitian ini terdiri dari bukti fisik (*Tangibles*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Empaty*) (Parasuraman, Zeithaml dan Berry di kutip Tjiptono dan Gregorius (2007:133)

Lokasi Usaha (X2)

Menurut Kasmir (2009:129) lokasi usaha yaitu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang dagangannya.

Indikator Lokasi Usaha dalam penelitian ini adalah Keterjangkauan lokasi, kelancaran akses menuju lokasi, kedekatan lokasi (Tjiptono, 2006)

Tehnik Pengumpulan Data

Jenis dan Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer, di mana data yang diperoleh peneliti merupakan data yang diperoleh secara langsung artinya data tersebut berupa data yang diperoleh peneliti langsung melalui responden yaitu sumber data Primer merupakan sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono 2010:42). Dilakukan dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan pelanggan di rolag *cafe* Diponegoro Surabaya.

Untuk memperoleh data serta keterangan yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang relevan untuk memecahkan dan menganalisis masalah yang telah dikemukakan sebelumnya. Maka dalam penelitian ini pengumpulan di lakukan dengan metode survey dengan instrumen kuesioner yang

diberikan melalui sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal – hal yang diketahui terkait obyek penelitian. Peneliti mengajukan daftar pertanyaan kepada responden yang diukur dengan skala interval 1 – 4, yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju

Instrumen Penelitian

Instrumen yang dibuat dalam penelitian ini berupa lembaran kuesioner yang telah di ajukan kepada pengunjung rolag *cafe* Diponegoro. Tujuan penyebaran kuesioner adalah untuk mencari informasi data yang lengkap mengenai kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap kepuasan pelanggan rolag *cafe* Diponegoro Surabaya.

Menurut Sugiyono (2010:199) Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Dalam skala pengukuran, penelitian ini menggunakan skala likert. Dimana setiap responden mengisi setiap jawaban dari setiap pernyataan yang di berikan dengan tingkatan gradasi sangat positif hingga sangat negatif (Sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju).

Tingkatan skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) diberi skor 4
- b. Setuju (S) diberi skor 3
- c. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- d. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

Teknik Keabsahan Data

Uji Validitas

Uji validitas data digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Dan suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2011:121). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} (untuk setiap

butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*, dengan r_{tabel} dengan mencari *degree of freedom* (df) = $N - k$, dalam hal ini N adalah jumlah sampel, dan k adalah jumlah variabel independen penelitian. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan bernilai positif, maka pertanyaan (indikator) tersebut dikatakan valid (Ghozali dalam simanjuntak, 2013).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011:124). Uji reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini, adalah dengan menggunakan fasilitas SPSS, yakni dengan uji statistik Cronbach Alpha. Hasilnya jika suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai cronbach alpha > 0.60 (Ghozali dalam Syafrizal, 2011 : 32).

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2011:244). Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dengan sebelumnya menguji uji penyimpangan asumsi klasik serta uji hipotesis.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menurut Ghozali (2011: 110) bertujuan untuk mengetahui apakah penaksir dalam regresi merupakan penaksir kolinear tak bias terbaik. Untuk memperoleh persamaan yang paling tepat

digunakan parameter regresi yang dicari dengan metode kuadrat terkecil atau *Ordinary Least Square (OLS)*. Metode regresi OLS akan dapat dijadikan alat estimasi yang tidak bias jika telah memenuhi persyaratan *Best Linear Unbiased Estimation (BLUE)*. Oleh karena itu diperlukan adanya uji asumsi klasik terhadap model yang telah diformulasikan, yang mencakup pengujian Uji normalitas, Uji multikolinieritas, dan Uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2011:160). Dasar pengambilan keputusannya adalah :

1. Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dipergunakan untuk menggambarkan garis yang menunjukkan arah pengaruh antar variabel, serta dipergunakan untuk melakukan prediksi. Analisa ini dipergunakan untuk menelaah hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna. Dalam penelitian ini model persamaan dalam analisis regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + {}_1X_1 + {}_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan pelanggan
a = Koefisien konstanta
 ${}_1, {}_2, {}_3$ = Koefisien regresi
 X_1 = Kualitas pelayanan
 X_2 = Lokasi
E = Estimasi *error* dari masing-masing variabel

Uji Hipotesis

Melakukan Uji F (simultan)

Uji statistik F pada dasarnya adalah untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang di masukkan dalam model memiliki berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2009:88). Dalam penelitian ini pengujian hubungan variabel independen (X) yang terdiri dari: Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Pelanggan.

Melakukan Uji t (parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh hubungan satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2009:88). Dalam penelitian ini pengujian pengaruh variabel independen (X) yang terdiri dari: Kualitas Pelayanan (X_1), dan Lokasi (X_2) secara parsial terhadap perubahan nilai variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Pelanggan.

Menentukan Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk

memprediksi variabel-variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model, setiap tambahan satu variabel independen maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²* saat mengevaluasi model regresi terbaik (Ghozali, 2011: 97).

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial maupun secara simultan (bersama-sama) semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan kedua variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin baik *Service Quality* dan Lokasi maka mengakibatkan semakin tinggi pula Kepuasan Pelanggan yang dihasilkan. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1.2
 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
 ANOVA
 ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	225.761	2	112.881	172.631	.000 ^a
Residual	20.924	32	.654		
Total	246.686	34			

a. Predictors: (Constant), service Quality, Lokasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data SPSS yang diolah, 2018

Pengaruh *Service Quality* dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan secara Simultan (bersama-sama). Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara *Service Quality* dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 172,631 dan F_{tabel} 3,29. Karena $F_{hitung} >$

F_{tabel} yaitu 172,631 > 3,29 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari pengujian tersebut dibuktikan bahwa *Service Quality* dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh pada kepuasan pelanggan Rolag Cafe Diponegoro Surabaya dan Pengaruh *Service Quality* dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan secara Parsial (sendiri - sendiri)

Tabel 1.3
 Hasil Analisis Uji t (Parsial)
 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.702	.879		.799	.430
	Service Quality	.504	.074	.574	6.803	.000
	Lokasi	.301	.058	.435	5.159	.000

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber : Data SPSS versi 21.00 , yang diolah, 2018

Pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh antara *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,448 dan untuk t_{tabel} sebesar 2,037. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (6,448 > 2,037) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa *Service Quality* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel *Service Quality* terhadap Kepuasan pelanggan Rolag Cafe Diponegoro Surabaya

Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh antara lokasi terhadap Kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah

dilakukan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,119 dan untuk t_{tabel} sebesar 2,037. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,119 > 2,037$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa Lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Rolag *Cafe* Diponegoro Surabaya. Yang paling dominan antara *Service Quality* dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Rolag *Cafe* Diponegoro Surabaya Dari pengujian hipotesis dapat di lihat bahwa nilai $x_1 > x_2$, yaitu $0,574 > 0,435$ sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel *Service Quality* (X_1) memiliki pengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) daripada variabel Lokasi (X_2).

Simpulan Dan Saran

Setelah dilakukan penelitian tentang pengaruh *Service Quality* dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya Dalam hal ini variabel bebas yang digunakan adalah *Service Quality* (X_1) dan *Lokasi* (X_2), sedangkan variabel terikatnya adalah Kepuasan Pelanggan (Y). maka dari hasil penelitian Skripsi ini dapat disimpulkan bahwa : Hasil Penelitian Secara Deskripsi bahwa responden laki-laki yaitu sebanyak 47 orang dengan prosentase sebesar 52,22%. Sedangkan responden perempuan sebanyak 43 orang dengan prosentase sebesar 47,77%. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya adalah dominan laki - laki. pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya didominasi oleh responden yang berusia 22-30 tahun yaitu sebanyak 52 orang dengan prosentase sebesar 57,77 %. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya adalah responden yang berusia produktif. bahwa pelanggan didominasi oleh pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya responden dengan lama menjadi member 5-10 tahun yaitu sebanyak 50 orang dengan prosentase sebesar 55,55 %.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya rata-rata lama menjadi member adalah pelanggan dengan masa 5-10 tahun. *Service Quality* dan Lokasi berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap Kepuasan pelanggan pada pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya Secara Parsial (sendiri-sendiri) Variabel *Service Quality* dan Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya. Dan dari ke dua variabel bebas yang berpengaruh paling dominan terhadap Keputusan pelanggan adalah variabel *Service Quality*

Saran Penelitian

Bagi Pengusaha agar dapat meningkatkan *service quality* dengan baik sehingga kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan Rolag *Café* Diponegoro Surabaya dapat terpenuhi dengan baik. Dan Bagi Peneliti Lain Bagi peneliti lain yang akan datang diharapkan dapat menambah variabel lain diluar variabel Promosi atau lokasi melanjutkan penelitian tentang *Service Quality* atau lokasi tetapi tidak hanya berpedoman pada teori Alderfer saja, melainkan pada teori yang lain juga. Jadi dapat diketahui teori-teori mana yang lebih berpengaruh terhadap para pelanggan.

Daftar Pustaka

- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 12. Jakarta: PT Indeks
- _____. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- _____, dan Gary Amstrong. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1.

Jakarta: Erlangga.

Lovelock dan Wirtz. 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif Edisi 7*. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2010. *Model Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, RnD*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2011. *Model Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Rnd*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2013. *Model Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Rnd*. Bandung: Alfabeta.

Supranto. 2006. *Pengukuran tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa*

Pasar. Jakarta: PT Rineka

Cipta.

Tjiptono. 2012. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI.

_____. 2004. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI.

_____. 2002. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI.

_____. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.