

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Habitat Ubud

Ni Kadek Oni Sukarsih ⁽¹⁾

Gusti Alit Suputra ⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia

Email : kadekonisukarsih15@gmail.com

Diterima: 17 April 2021	Direvisi: 18 April 2021	Disetujui: 19 April 2021
-------------------------	-------------------------	--------------------------

ABSTRACT

Consumer satisfaction that consumers feel can be a very strong support for a company to survive in the midst of a tight competition. The purpose of this study was to determine the effect of service quality, price, location and promotion on customer satisfaction at Habitat Ubud Restaurant partially and simultaneously. The population in this study were 8,210 consumers with a total sample size of 100 respondents using accidental sampling method. The data analysis technique used multiple linear regression analysis. Based on the results of the analysis, it was found that service quality, price, location and promotion had a positive and significant effect on customer satisfaction at Habitat Ubud Restaurant partially and simultaneously. Suggestions in this study are for company management to increase customer satisfaction by looking at the factors of service quality, price, location and promotion.

Keywords: *Service Quality; Price; Location; Promotion; Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Kepuasan konsumen yang dirasakan konsumen dapat menjadi pendukung yang sangat kuat bagi perusahaan untuk bertahan di tengah persaingan yang ketat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi dan promosi terhadap kepuasan konsumen di Restoran Habitat Ubud secara parsial dan simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah 8,210 orang konsumen dengan jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 100 orang responden dengan metode *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa kualitas pelayanan, harga, lokasi dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Habitat Ubud secara parsial dan simultan. Saran dalam penelitian ini adalah agar manajemen perusahaan meningkatkan kepuasan konsumen dengan melihat faktor kualitas pelayanan, harga, lokasi dan promosi.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan; Harga; Lokasi; Promosi; Kepuasan Konsumen*

Pendahuluan

Konsumen merupakan faktor utama bagi perusahaan untuk melanjutkan usahanya dan berkembang secara berkelanjutan. Kepuasan merupakan aspek yang sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan. Menjaga kepuasan konsumen menuntun perusahaan untuk bertahan ditengah persaingan dengan perusahaan lama maupun perusahaan yang baru. Puas dan tidak puasny konsumen tidak dapat ditentukan oleh perusahaan itu sendiri, melainkan hasil dari penilaian konsumen terhadap segala aspek pendukung yang diberikan perusahaan terhadap suatu

produk (Wariki *et al.*, 2015). Menurut Kotler dalam Santosa dan Mashyuni (2021) berpendapat bahwa "kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan- harapannya". Menjalankan usaha tanpa membuat konsumen merasa puas hanya akan memperbesar kerugian baik dari segi finansial maupun sumberdaya lainnya yang ada diperusahan (Bailia *et al.*, 2014). Sehingga sangat penting bagi setiap perusahaan untuk menjamin koneumennya agar tetap terpuaskan agar tidak berpindah kepada perusahaan lain yang dapat memenuhi harapannya (Pratama, 2015).

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting pendukung terciptanya kepuasan. Kualitas pelayanan yang baik akan meninggalkan kesan yang baik dibenak konsumen, begitu juga sebaliknya (Kusyana *et al.*, 2020). Tjiptono dalam Panjaitan dan Yuliati (2016) menyatakan bahwa "kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen". Kualitas pelayanan yang baik dapat mendukung peningkatan nilai dari suatu perusahaan sehingga membuat konsumen memberikan kesan awal yang baik pada perusahaan (Hamdani dan Zman, 2019). Faktor harga juga menjadi penting untuk diperhatikan perusahaan untuk membuat konsumen puas menggunakan produk perusahaan. Menurut Manampiring *et al.*, (2016) Harga adalah jumlah dari semua nilai-nilai yang konsumen tebus untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Harga sangat krusial karena jika perusahaan salah menetapkan harga, akan membuat perusahaan merugi dan bahkan dapat kehilangan konsumennya (Efnita, 2017).

Selain itu, lokasi yang strategis juga akan mendukung konsumen menjadi lebih puas. Konsumen akan cenderung lebih senang untuk berbelanja di tempat yang nyaman dan strategis, dibandingkan dengan lokasi yang tidak layak untuk sebuah usaha (Sintya *et al.*, 2018). Lokasi tidak hanya didefinisikan sebagai tempat namun juga lebih luas didefinisikan sebagai sebuah proses pendistribusian barang/jasa dari produsen hingga ke konsumen. Menurut Suhardi dalam Rahmadani *et al.*, (2019) "saluran distribusi/lokasi adalah perantara-perantara, para pembeli dan penjual yang dilalui oleh perpindahan barang". Selain ketiga faktor diatas, promosi juga menjadi bahan pertimbangan untuk konsumen merasa puas. Swastha dalam Aprianto (2016) berpendapat bahwa "promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran". Promosi akan menarik konsumen yang lebih banyak jika perusahaan dapat memberikan promo terhadap produk-produk yang biasanya susah didapat (Sintya *et al.*, 2018).

Restoran Habitat Ubud menawarkan tempat berkonsep etnik bernuasa alam dengan interior bambu yang nyaman dan sejuk serta desain untuk *indoor* dan *outdoor* sehingga konsumen yang berkunjung tidak perlu khawatir akan merasa panas. Berdasarkan data, diketahui bahwa terjadi fluktuasi dari jumlah pengunjung dan penjualan yang ada di Restoran Habitat Ubud. penjualan tertinggi Restoran Habitat Ubud yaitu pada bulan januari yaitu Rp. 141.480.000 dengan jumlah pengunjung 850 orang, hal ini di karenakan masih suasana awal tahun dan pada bulan januari tersebut banyak wisatawan yang menghabiskan masa liburannya di bali khususnya daerah ubud. Pada bulan Juli yakni menurun sebesar Rp. 131.750.000 dengan jumlah pengunjung 504 orang. Hal ini dikarenakan melemahnya promosi di sosial media seperti instagram, kurangnya perbaharuan menu special today sehingga membuat konsumen merasa bosan, dan tidak ada Promo atau diskon yang di tawarkan pada bulan tersebut. Berdasarkan wawancara diketahui bahwa Restoran Habitat Ubud telah melakukan promo harga yang di tawarkan pada konsumen sehingga. Selain diskon restoran habitat ubud juga membagikan *voucher coffee* dan *cocktail* untuk konsumen serta menawarkan special menu pada hari tertentu, yaitu masakan khas nusantara yang menjadi reques terbanyak dari jumlah wisatawan yang sedang liburan di kawasan ubud.

Kepuasan konsumen menjadi tujuan penting yang harus mampu dicapai oleh perusahaan. Perusahaan yang tidak mampu memuaskan konsumennya akan ditinggalkan dan akhirnya akan mengalami kebangkrutan. Perusahaan yang dapat memuaskan konsuemen akan memiliki keunggulan bersaing yang lebih baik sehingga dapat menjadikannya mendominasi pasar yang dimasukinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi dan promosi terhadap kepuasan konsumen di Restoran Habitat Ubud.

Penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan dan Yuliati (2016) menghasilkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Gulla *et al.*, (2015) juga menemukan hasil yang sama bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut dikemukakan hipotesis seperti berikut ini:

H₁ : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Habitat Ubud.

Penelitian yang dilakukan oleh Sintya *et al.*, (2018) menghasilkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Alvianna (2017) juga menemukan hasil yang sama bahwa harga berpengaruh

positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut dikemukakan hipotesis seperti berikut ini:

H₂ : Diduga harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada Restoran Habitat Ubud.

Penelitian yang dilakukan oleh Bailia *et al.*, (2014) menghasilkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh (Rahmadani *et al.*, 2019) juga menemukan hasil yang sama bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut dikemukakan hipotesis seperti berikut ini:

H₃ : Diduga lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Habitat Ubud.

Penelitian yang dilakukan oleh Juniantara dan Sukawati (2018) menghasilkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Wariki *et al.*, (2015) juga menemukan hasil yang sama bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut dikemukakan hipotesis seperti berikut ini:

H₄ : Diduga promosi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Habitat Ubud.

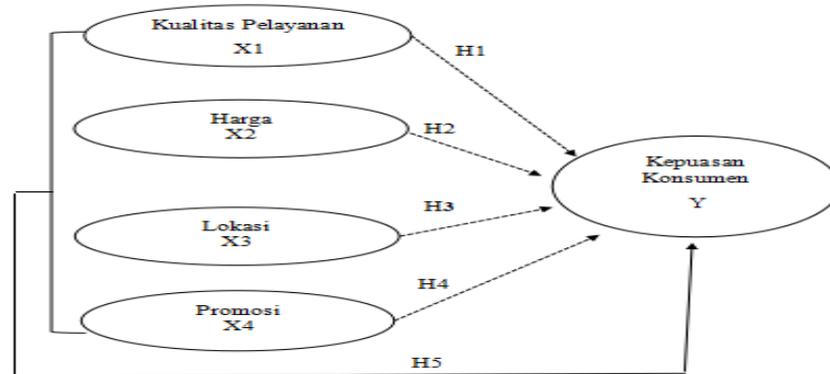
Penelitian yang dilakukan oleh Sunarsi (2020) menghasilkan bahwa kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Efnita (2017) juga menemukan hasil yang sama bahwa kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut dikemukakan hipotesis seperti berikut ini:

H₅ : Diduga kualitas pelayanan, harga, lokasi dan promosi bersama – sama berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Habitat Ubud.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif yang dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan, harga, lokasi dan promosi) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Penelitian ini dilakukan di Restoran Habitat Ubud. Populasi dalam penelitian ini adalah 8,210 orang konsumen dengan jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 100 orang responden. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *accidental*

sampling dimana konsumen yang secara kebetulan berada di lokasi penelitian dan dianggap cocok sebagai sumber data akan dijadikan sampel. Pengumpulan data primer dilakukan dengan



meggunakan kuesioner dan wawancara. Pengukuran persepsi responden terhadap variabel penelitian dilakukan dengan menggunakan Skala Likert yang terdiri atas lima pilihan jawaban. Pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan dengan analisis regresi linier berganda.

Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber: Sukarsih (2021)

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh instrumen dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel karena memiliki nilai koefisien korelasi $(r) > 0,30$ dan *chronbach's alpha* $> 0,60$.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

No.	Variabel	Item Pernyataan	Koefisien Korelasi	Keterangan	Chronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	1 - 10				
2	Harga (X2)	1 - 8				
3	Lokasi (X3)	1 - 16	$> 0,30$	Valid	$> 0,60$	Reliabel
4	Promosi (X4)	1 - 10				
5	Kepuasan Konsumen (Y)	1 - 13				

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel 2 menunjukkan bahwa berdasarkan jenis kelamin dinyatakan bahwa konsumen didominasi perempuan sebanyak 56 orang (56%) dan responden laki-laki sebanyak 44 orang (44%). Menurut usia konsumen yang mendominasi berumur 21 - 30 tahun sebanyak 41 orang (41%) dan terendah berusia 51 - 60 tahun sebanyak 2 orang (2%). Menurut pendidikan terakhir, konsumen didominasi oleh lulusan SMA/SMK sebanyak 45 orang (45%) dan terendah adalah lulusan Diploma sebanyak 13 orang (13%).

Tabel 2 Karakteristik Responden

No	Variabel	Klasifikasi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki – Laki	44	44
		Perempuan	56	56
		Jumlah	100	100
2	Usia	21-30 Tahun	41	41
		31-40 Tahun	15	15
		41-50 Tahun	32	32
		51-60 Tahun	2	2
		Jumlah	100	100
3	Pendidikan terakhir	SMA/SMK	45	45
		Diploma	13	13
		Sarjana	42	42
		Jumlah	100	100

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel 3 menunjukkan persepsi responden mengenai kualitas pelayanan pada Restoran Habitat Ubud dengan nilai rata-rata sebesar 3,44 berada kategori baik yang menunjukkan bahwa konsumen telah menerima kualitas pelayanan yang baik.

Tabel 4 menunjukkan persepsi responden mengenai harga pada Restoran Habitat Ubud dengan nilai rata-rata sebesar 3,44 berada kategori baik yang menunjukkan bahwa perusahaan telah menetapkan harga dengan baik.

Tabel 5 menunjukkan persepsi responden mengenai lokasi pada Restoran Habitat Ubud dengan nilai rata-rata sebesar 3,44 berada kategori baik yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki lokasi dengan baik.

Tabel 6 menunjukkan persepsi responden mengenai promosi pada Restoran Habitat Ubud dengan nilai rata-rata sebesar 3,31 berada kategori cukup baik yang menunjukkan bahwa perusahaan telah melakukan promosi dengan cukup baik.

Tabel 7 menunjukkan persepsi responden mengenai kepuasan konsumen pada Restoran Habitat Ubud dengan nilai rata-rata sebesar 3,63 berada kategori baik yang menunjukkan bahwa konsumen telah memiliki kepuasan yang baik.

Tabel 3 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas pelayanan

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor	Rata-Rata Skor	Kriteria
		1	2	3	4	5			
1	Fasilitas Restoran Habitat Ubud sangat bersih dan dalam keadaan baik.	0	14	45	29	12	339	3,39	Cukup Baik
2	Dalam berkomunikasi saat melayani konsumen karyawan Restoran Habitat Ubud menyampaikan kata – kata yang mudah di mengerti dan jelas.	0	8	49	27	16	351	3,51	Baik
3	Karyawan Restoran Habitat Ubud sangat sopan dan ramah.	0	8	31	57	4	357	3,57	Baik
4	Karyawan Restoran Habitat Ubud memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial.	0	12	54	22	12	334	3,34	Cukup Baik
5	Karyawan Restoran Habitat Ubud tidak membiarkan konsumen mengeluh karena berdiri terlalu lama ketika restoran penuh.	0	13	47	29	11	338	3,38	Cukup Baik
6	Karyawan Restoran Habitat Ubud selalu sigap membantu konsumen.	0	12	55	22	11	332	3,32	Cukup Baik
7	Karyawan Restoran Habitat Ubud memiliki kemampuan mengelola makanan dan minuman dengan sangat baik, sesuai dengan harapan konsumen.	0	13	46	30	11	339	3,39	Cukup Baik
8	Karyawan Restoran Habitat Ubud mampu menyajikan makanan dan minuman dengan cepat.	0	8	45	32	15	354	3,54	Baik
9	Restoran Habitat Ubud selalu menjaga kualitas makanan dan minuman dengan sangat bersih dan higienis.	0	8	29	59	4	359	3,59	Baik
10	Restoran Habitat Ubud memiliki teknis yang baik ketika terjadi <i>complain</i> .	0	12	54	23	11	333	3,33	Cukup Baik
Rata-Rata Total								3,44	Baik

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel 4 Statistik Deskriptif Variabel Harga

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor	Rata-Rata Skor	Kriteria
		1	2	3	4	5			
1	Harga yang ditawarkan Restoran Habitat Ubud sangat terjangkau bagi konsumen.	0	7	31	52	10	365	3.65	Baik
2	Harga yang di tawarkan Restoran Habitat Ubud sangat wajar.	0	2	64	23	11	343	3.43	Baik
3	Harga setiap menu di Restoran Habitat Ubud sesuai dengan porsi makanan dan minuman yang di sajikan.	0	6	64	21	9	333	3.33	Cukup Baik
4	Harga setiap menu di Restoran Habitat Ubud sesuai dengan rasa yang diberikan.	0	12	51	26	11	336	3.36	Cukup Baik
5	Harga yang ditetapkan sangat sesuai dengan mutu produk.	0	7	31	52	10	365	3.65	Baik
6	Harga yang murah mempengaruhi konsumen untuk memilih menu makanan yang diinginkan.	0	2	66	21	11	341	3.41	Baik
7	Harga yang tertera di Restoran Habitat Ubud lebih ekonomis dibandingkan dengan restoran pesaing.	0	6	64	20	10	334	3.34	Cukup Baik
8	Harga yang ditetapkan Restoran Habitat Ubud lebih mahal dari restoran pesaing	0	12	52	25	11	335	3.35	Cukup Baik
Rata-Rata Total								3,44	Baik

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel 5 Statistik Deskriptif Variabel Lokasi

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor	Rata-Rata Skor	Kriteria
		1	2	3	4	5			
1	Restoran Habitat Ubud mempunyai petunjuk lokasi sehingga mudah dicari.	0	10	45	42	3	338	3,38	Cukup Baik
2	Akses untuk menuju Restoran Habitat Ubud mudah dilalui oleh kendaraan roda dua maupun empat.	1	16	18	59	6	353	3,53	Baik
3	Lokasi Restoran Habitat Ubud terlihat jelas dari jalan utama.	1	16	26	49	8	347	3,47	Baik
4	Lokasi Restoran Habitat Ubud strategis.	0	2	65	30	3	339	3,34	Cukup Baik
5	Lokasi Restoran Habitat Ubud bedekatan dengan tempat pariwisata membuat lalulintas di sepanjang jalan menjadi macet.	0	10	44	43	3	334	3,39	Cukup Baik
6	Lokasi Restoran Habitat Ubud banyak dilalui pejalan kaki.	1	16	17	60	6	354	3,54	Baik
7	Restoran Habitat Ubud memiliki area parkir yang nyaman dan luas.	1	16	24	51	8	349	3,49	Baik
8	Restoran Habitat Ubud memiliki parkir yang aman	0	2	58	37	3	341	3,41	Baik
9	Restoran Habitat Ubud memiliki area <i>indoor</i> yang cukup luas.	0	10	42	45	3	341	3,41	Baik
10	Restoran Habitat Ubud mempunyai <i>outdoor</i> yang tidak terlalu luas	1	16	17	60	6	354	3,54	Baik
11	Restoran Habitat Ubud berada pada pusat perdagangan.	1	16	27	48	8	346	3,46	Baik
12	Restoran Habitat Ubud sangat dekat dengan akomodasi dan tempat pariwisata	0	2	61	34	3	338	3,38	Cukup Baik
13	Restoran Habitat Ubud berdekatan dengan restoran pesaing.	0	10	44	43	3	339	3,39	Cukup Baik
14	Restoran Habitat Ubud memiliki interior yang menarik .	1	16	17	60	6	354	3,54	Baik
15	Lokasi Restoran Habitat Ubud jauh dari pemukiman penduduk	1	16	27	48	8	346	3,46	Baik
16	Restoran Habitat Ubud tidak mengganggu kegiatan yang berada di sekitar lokasi	0	2	63	32	3	336	3,36	Cukup Baik
Rata-Rata Total								3,44	Baik

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel 6 Statistik Deskriptif Variabel Promosi

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor	Rata-Rata Skor	Kriteria
		1	2	3	4	5			
1	Informasi tentang Restoran Habitat Ubud sangat jelas	0	10	49	28	13	344	3,44	Baik
2	Restoran Habitat Ubud sangat kreatif dalam memasarkan produknya di sosial media.	2	14	52	19	13	323	3,23	Cukup Baik
3	Karyawan Restoran Habitat Ubud selalu berhasil menarik minat konsumen.	0	11	52	34	3	329	3,29	Cukup Baik
4	Karyawan Restoran Habitat Ubud menawarkan beraneka menu yang special seperti habitat burger, dan cocktail	0	9	52	26	13	343	3,43	Baik
5	Potongan harga yang diberikan Restoran Habitat Ubud menarik minat konsumen.	2	18	44	23	13	327	3,27	Cukup Baik
6	Restoran Habitat Ubud mempunyai menu spesial yang khas dengan bahan berkualitas.	0	11	53	33	3	328	3,28	Cukup Baik
7	Merekomendasikan Restoran Habitat Ubud dengan orang lain agar lebih di kenal masyarakat luas.	0	11	52	24	13	339	3,39	Cukup Baik
	Pelayanan yang ramah membuat konsumen merasa nyaman dan puas.	2	18	48	19	13	327	3,27	Cukup Baik
9	Karyawan Restoran Habitat Ubud menawarkan langsung menu makanan yang menggiurkan.	2	19	43	24	12	325	3,25	Cukup Baik
10	Karyawan Restoran Habitat Ubud memberitahukan langsung bahwa banyak promo pada bulan –bulan tertentu.	0	11	52	34	3	329	3,29	Cukup Baik
Rata-Rata Total								3,31	Cukup Baik

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel 8 menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji asumsi klasik dinyatakan bahwa data terstandarisasi normal yang dibuktikan dengan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* $0,200 > 0,05$, tidak terjadi gejala multikolinieritas yang dibuktikan dengan nilai *Tolerance* masing-masing variabel berturut-turut sebesar $0,938, 0,951, 0,943, 0,919 > 0,10$ dan nilai *VIF* masing-masing variabel berturut-turut sebesar $1,066, 1,052, 1,061, 1,089 < 10$, serta tidak terjadi gejala heteroskedastisitas yang dibuktikan dengan nilai *Sig.* masing-masing variabel berturut-turut sebesar $0,360, 0,165, 0,182, 0,145 > \alpha (0,05)$.

Tabel 8 Hasil Uji Asumsi Klasik

No.	Variabel	Uji Normalitas	Uji Multikolinieritas		Uji Heteroskedastisitas
		Asymp. Sig. (2-tailed)	Tolerance	VIF	Sig.
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,200	0,938	1,066	0,360
2	Harga (X2)		0,951	1,052	0,165
3	Lokasi (X3)		0,943	1,061	0,182
4	Promosi (X4)		0,919	1,089	0,145

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel 9 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar $0,502$ atau $50,2\%$ dan sisanya sebesar $0,498$ atau $49,8\%$ dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dan model ini.

Tabel 9 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 ^a	.502	.481	.51618

Sumber: Data diolah (2021)

Hasil analisis regresi linear berganda yang ditunjukkan pada Tabel 10 memberikan persamaan regresi yaitu $Y = 22,434 + -0,200X_1 + 0,420X_2$. Berdasarkan persamaan tersebut maka dapat diinterpestasikan sebagai berikut :

Kualitas pelayanan berpegaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karyawan Restoran Habitat Ubud. Ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,196 (positif), t-hitung (2,336) > t-tabel (1,985) dengan signifikansi $0,022 < 0,05$. Ini berarti bahwa kualitas pelayanan yang dialami karyawan dapat menurunkan kepuasan konsumen yang ada di perusahaan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan dan Yuliati (2016) serta Hamdani dan Zman (2019) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Harga berpegaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karyawan Restoran Habitat Ubud. Ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,414 (positif), t-hitung (5,204) > t-tabel (1,985) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Ini berarti bahwa harga yang ada di perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen karyawan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Manampiring *et al.*, (2016) serta Bailia *et al.*, (2014) yang menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Lokasi berpegaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karyawan Restoran Habitat Ubud. Ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,192 (positif), t-hitung (2,113) > t-tabel (1,985) dengan signifikansi $0,037 < 0,05$. Ini berarti bahwa lokasi perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen karyawan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Efnita (2017) serta Rahmadani *et al.*, (2019) yang menemukan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Promosi berpegaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karyawan Restoran Habitat Ubud. Ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,404 (positif), t-hitung (5,469) > t-tabel (1,985) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Ini berarti bahwa lokasi perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen karyawan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Juniantara dan Sukawati (2018) serta Santosa dan Mashyuni (2021) yang menemukan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan konsumen.

Tabel 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.460	.468		-.985	.327
1 Kualitas Pelayanan	.196	.084	.175	2.336	.022
Harga	.414	.080	.386	5.204	.000
Lokasi	.192	.091	.158	2.113	.037
Promosi	.404	.074	.413	5.469	.000

Sumber: Data diolah (2021)

Hasil uji signifikansi simultan (Uji F) yang ditampilkan pada Tabel 11 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $F_{hitung} (23,935) > F_{tabel} (2,47)$ dengan nilai Sig. (0,000) $< \alpha (0,05)$. Ini berarti bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan promosi dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Restoran Habitat Ubud.

Tabel 11 Hasil Uji-F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	25.509	4	6.377	23.935	.000 ^b
Residual	25.312	95	.266		
Total	50.821	99			

Sumber: Data diolah (2021)

Simpulan

Berdasarkan hasil perhitungan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga, lokasi dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Habitat Ubud secara parsial dan simultan. Saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah perusahaan mampu memperhatikan kesigapan karyawan dalam membantu konsumen, perusahaan perlu memperhatikan harga yang sesuai, perusahaan harus memperhatikan lokasi restoran agar terhindar dari kemacetan, Perusahaan perlu lebih memperhatikan promosi yang terdapat di Restoran Habitat Ubud.

Daftar Pustaka

- Alvianna, S. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Wisata Air Wendit Kabupaten Malang. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(1).
- Aprianto, R. (2016). Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Bnj Elektronik Kota Lubuklinggau. *Buletin Bisnis Dan Manajemen*, 02(01), 41–63.
- Bailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal Emba*, 2(3), 1768–1780.
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap

-
- Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. *Adbispreneur*, 2(2), 107–115.
- Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 3(1), 1313–1322.
- Hamdani, N. Al., & Zman, M. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza Express Jakarta. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(1), 090–096.
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 5955.
- Kusyana, D. N. B., Purwaningrat, P. A., & Sunny, M. P. (2020). Peran Kualitas Layanan Dalam Menciptakan Loyalitas Mahasiswa. *Widya Manajemen*, 2(1), 10–27.
- Manampiring, A. S., Tumbuan, W. J. A., & Wenas, R. S. (2016). Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit Pt. Bank Mandiri Tbk. Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2), 164–176.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung Januar. *Derema Jurnal Manajemen*, 11(2).
- Pratama, Y. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Po. Rosalia Indah Di Palur Karanganyar Dengan Fasilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15, 181–188.
- Rahmadani, F., Suardana, I. M., & Samudra, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Ud. Eva Group Mataram. *Jurnal Borneo Cendekia*, 3(2), 40–46.
- Santosa, D. G. W., & Mashyuni, I. A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Di Kota Denpasar. *Widya Amrita*, 1(1), 290–302.
- Sintya, L. I., Lopian, S. L. H. V. J., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1778–1787.
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang Bsd Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 7–13.
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1073–1085.