

---

## Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumka Bali Restoran di Denpasar

Ni Made Mega Putri Suadnyani<sup>(1)</sup>

I Gusti Ayu Wimba<sup>(2)</sup>

Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari<sup>(3)</sup>

<sup>(1)(2)(3)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia  
e-mail: [megaputri655@gmail.com](mailto:megaputri655@gmail.com)

### ABSTRACT

*Rumka Bali Restaurant is a restaurant whose business activities cannot be separated from increasingly competitive market conditions. Therefore, it is necessary to implement marketing strategies that pay attention to product quality, service quality and location to create consumer satisfaction. The aim of this research is to determine the influence of product quality, service quality and location on consumer satisfaction. This research was conducted at Rumka Bali Restaurant and the research population was 10,450 consumers. Determination of the sample size was carried out using the Slovin formula so that the sample size was determined to be 99 people. The sampling technique used is Accidental Sampling. To test the hypothesis, multiple linear regression analysis, t test, F test and coefficient of determination were used. Based on the results of the analysis, it can be concluded that: 1) product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction, 2) service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction, 3) location has a positive and significant effect on consumer satisfaction, 4) product quality, service quality and location has a positive and significant effect on consumer satisfaction. The suggestions that can be given to Rumka Bali Restaurant include conducting a survey on consumer satisfaction by asking for criticism and suggestions, providing training to all employees, planning to expand the parking area and paying attention to product quality so that it is maintained consistently.*

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

### ABSTRAK

Rumka Bali Restoran merupakan salah satu restoran yang kegiatan usahanya tidak terlepas dari kondisi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Oleh sebab itu, perlu diterapkan strategi pemasaran dengan memperhatikan kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi untuk dapat menciptakan kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan di Rumka Bali Restoran dan populasi penelitian ini sejumlah 10.450 konsumen. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin sehingga ditetapkan jumlah sampel sebanyak 99 orang. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Untuk menguji hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa: 1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, 2)

---

kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, 3) lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, 4) kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun saran yang dapat diberikan kepada Rumka Bali Restoran yaitu melakukan survey terhadap kepuasan konsumen dengan meminta kritik dan saran, memberikan pelatihan kepada seluruh karyawan, merencanakan perluasan lahan parkir dan memperhatikan kualitas produk agar tetap terjaga dengan konsisten.

**Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi**

## Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, baik dari usaha yang berada dalam bidang produk maupun jasa, salah satunya usaha bisnis dibidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan saat ini mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Menurut Wijaya dkk (2023) Pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Menurut Atmanegara dkk (2019) Konsumen akan memilih lokasi yang benar-benar membuat mereka puas baik itu dari kualitas produk, kualitas pelayanan ataupun lokasi. Pemilik Rumka Bali Restoran mengatakan bahwa kondisi Rumka Bali Restoran mengalami penurunan pengunjung, tidak pernah mencapai target, dan menurunnya jumlah penjualan produk mereka yaitu pada tahun 2022 terakhir disebabkan adanya restoran baru dan *coffee shop* yang serupa disekitar lokasi ditambah adanya keluhan pada variabel kualitas pelayanan.

Menurut Silvia & Arifiansyah (2023) Produk merupakan sesuatu yang pertama kali dilihat pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terhadap produk tersebut terpenuhi. Menurut Tjiptono & Chandra (2016:231) produk adalah pemahaman subyektif produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Menurut Novandi D.H (2020) Kualitas pelayanan merupakan suatu strategi untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Menurut Tjiptono & Chandra (2016:137) terdapat lima indikator penentu dalam kualitas pelayanan antara lain, bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiviness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empahty*). Menurut Majid dkk (2021) Lokasi usaha yang strategis sangat mempengaruhi keberhasilan akan produk yang ditawarkan.

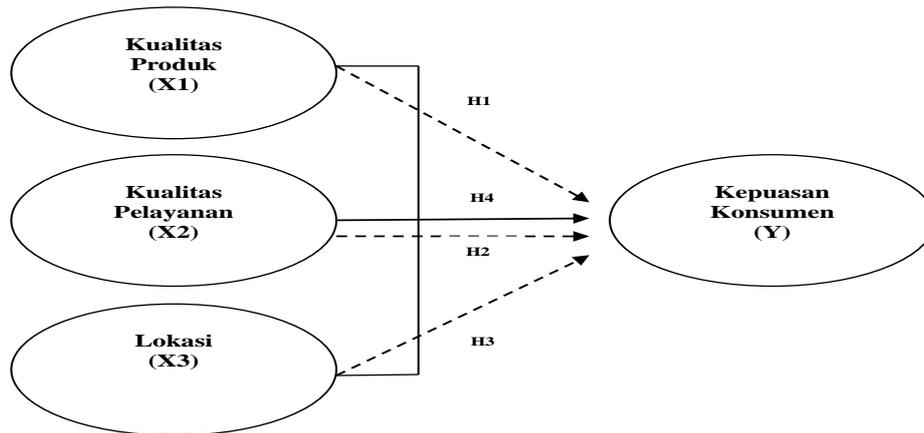
---

Rumka Bali Restoran merupakan salah satu restoran yang terletak di Jalan Kaswari, Penatih, Kecamatan Denpasar Timur. Petengahan tahun 2023 ini Rumka Bali Restoran merenovasi restorannya untuk menambah kapasitas dari konsumen mereka dan untuk konsumen agar merasakan suasana baru dari fasilitas yang disediakan oleh restoran. Untuk mempertahankan agar pangsa pasar Rumka Bali Restoran harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumennya. Pihak pengelola dari Rumka Bali Restoran harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnisnya. Pengelola harus mulai berpikir seperti konsumen, agar dapat mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen, ketika kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi akan muncul rasa puas dalam diri konsumen.

Kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan Kotler & Armstrong (2021:272). Pernyataan tersebut didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alwi & Mulyono (2023) menunjukkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sholikhah & Hadita (2023). Menurut Alfian & Wiyono (2023), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2023). Menurut Mukhlis (2019) dan Ramadhan (2023) menunjukkan hasil bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irfiana dkk (2023). Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas dapat dirumuskan hipotesis penelitian :

- H1 : Diduga kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumka Bali Restoran di Denpasar.
- H2 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumka Bali Restoran di Denpasar.
- H3 : Diduga lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumka Bali Restoran di Denpasar.
- H4 : Diduga kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumka Bali Restoran di Denpasar.

## Metode Penelitian



**Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian**

Sumber : Alwi & Mulyono (2023), Alfian & Wiyono (2023) Mukhlis (2019).

Penelitian dilaksanakan pada Rumka Bali Restoran yang terletak di Jalan Kaswari, Penatih, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen, dalam hal ini yang menjadi variabel independen (X) adalah Kualitas Produk sebagai (X1) diukur menggunakan indikator: *Freshness*, *Presentation*, *Taste*, dan *Innovative food*. Kualitas Pelayanan sebagai (X2) diukur menggunakan indikator: Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, dan Empati. Lokasi sebagai (X3) yang diukur menggunakan indikator: Akses, Visibilitas, Tempat Parkir yang luas, Ekspansi, dan Lingkungan. Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen (Y) yang diukur dengan menggunakan indikator: Kesesuaian Harapan, Minat Berkunjung Kembali, dan Kesiediaan Merekomendasikan. Pengambilan sampel akan dilakukan dengan teknik metode sampel tidak acak (*non probability*) yaitu pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel Sugiyono (2017:136). *Non probability Sampling* terdapat berbagai cara dalam pengambilan sampel salah satunya adalah *Accidental Sampling*. Anggota dari sampel adalah siapa saja yang kebetulan ditemukan atau yang mudah ditemui atau dijangkau tanpa ada pertimbangan apapun. Menurut Sugiyono (2017:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang berkunjung pada Rumka Bali Restoran. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 99 orang konsumen dari Rumka Bali Restoran.

**Hasil Penelitian****Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pernyataan	Koefisien Korelasi	Keterangan
Kualitas produk (X1)	X1.1	0,648	Valid
	X1.2	0,748	Valid
	X1.3	0,662	Valid
	X1.4	0,730	Valid
	X1.5	0,768	Valid
	X1.6	0,730	Valid
	X1.7	0,636	Valid
	X1.8	0,694	Valid
	X1.9	0,731	Valid
	X1.10	0,326	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,394	Valid
	X2.2	0,779	Valid
	X2.3	0,696	Valid
	X2.4	0,497	Valid
	X2.5	0,696	Valid
	X2.6	0,650	Valid
	X2.7	0,677	Valid
	X2.8	0,744	Valid
	X2.9	0,676	Valid
	X2.10	0,355	Valid
	X2.11	0,563	Valid
	X2.12	0,378	Valid
Lokasi (X3)	X3.1	0,447	Valid
	X3.2	0,543	Valid
	X3.3	0,642	Valid
	X3.4	0,666	Valid
	X3.5	0,532	Valid
	X3.6	0,589	Valid
	X3.7	0,718	Valid
	X3.8	0,672	Valid
	X3.9	0,663	Valid
	X3.10	0,632	Valid
Kepuasan konsumen (Y)	Y1.1	0,476	Valid
	Y1.2	0,561	Valid
	Y1.3	0,704	Valid
	Y1.4	0,580	Valid
	Y1.5	0,603	Valid
	Y1.6	0,740	Valid
	Y1.7	0,646	Valid
	Y1.8	0,721	Valid
	Y1.9	0,354	Valid

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel tersebut, maka dapat diketahui bahwa instrumen penelitian variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan konsumen dinyatakan Valid.

**Tabel 2. Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas produk	0,832	Reliabel
Kualitas pelayanan	0,823	Reliabel
Lokasi	0,801	Reliabel
Kepuasan konsumen	0,766	Reliabel

Sumber : Data diolah (2023)

Uji reliabilitas menggunakan koefisien alpha ( $\alpha$ ) dari *cronbach's alpha*, dengan nilai lebih besar dari 0,70. Apabila koefisien alpha lebih besar dari 0,70 maka butir atau variabel tersebut reliabel, sedangkan jika nilai koefisien alpha lebih kecil dari 0,70 maka butir variabel tersebut tidak reliabel. Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa indikator setiap variabel dinyatakan Reliabel dikarenakan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70.

**Tabel 3. Uji Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.161	2.381		0.908	0.366
	Kualitas Produk	0.361	0.075	0.413	4.816	0.000
	Kualitas Pelayanan	0.254	0.061	0.330	4.131	0.000
	Lokasi	0.181	0.077	0.197	2.347	0.021

Sumber : Data diolah (2023)

#### 1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Penelitian yang dilakukan pada konsumen Rumka Bali Restoran di Denpasar tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, maka didapatkan hasil kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan persentase sebesar 0,361 atau 36,1%.

#### 2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Penelitian yang dilakukan pada konsumen Rumka Bali Restoran di Denpasar tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka didapatkan hasil kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan persentase sebesar 0,254 atau 25,4%.

#### 3. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen

Penelitian yang dilakukan pada konsumen Rumka Bali Restoran di Denpasar tentang pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen, maka diperoleh hasil bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan persentase sebesar 0,181 atau 18,1%.

**Tabel 4. Hasil Uji Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.834 <sup>a</sup>	0.695	0.686	2.341

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis determinasi pada Tabel 4, dapat diketahui nilai koefisien determinasi (D) sebesar  $0,695 \times 100$  persen = 69,5 persen. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi mampu menjelaskan sebesar 69,5 persen terhadap kepuasan konsumen pada Rumka Bali Restoran di Denpasar, sedangkan sisanya sebesar 30,5 persen dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas pada analisis ini seperti persepsi harga, *store atmosphere* dan lain sebagainya.

**Tabel 5. Uji Signifikansi Simultan**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1188.296	3	396.099	72.301	.000 <sup>b</sup>
	Residual	520.451	95	5.478		
	Total	1708.747	98			

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis melalui uji-F menunjukkan bahwa pengaruh dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Rumka Bali Restoran di Denpasar adalah positif dan signifikan. Dinyatakan positif dan signifikan karena bahwa  $F_{hitung} (72,301) > F_{tabel} (2,70)$ , Hasil tersebut membuktikan bahwa hubungan kepuasan konsumen tidak terlepas dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi yang diberikan Rumka Bali Restoran di Denpasar.

## Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka didapat simpulan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumka Bali Restoran di Denpasar. Artinya, semakin baik kualitas produk akan

- mengakibatkan terjadinya peningkatan kepuasan konsumen pada Rumka Bali Restoran di Denpasar.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumka Bali Restoran di Denpasar. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan akan mengakibatkan terjadinya peningkatan kepuasan konsumen pada Rumka Bali Restoran di Denpasar.
  3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumka Bali Restoran di Denpasar. Artinya, semakin strategis lokasi akan mengakibatkan terjadinya peningkatan kepuasan konsumen pada Rumka Bali Restoran di Denpasar.
  4. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumka Bali Restoran di Denpasar. Artinya, semakin baik kualitas produk dan kualitas pelayanan disertai lokasi yang strategis maka akan kepuasan konsumen pada Rumka Bali Restoran di Denpasar akan meningkat.

## Daftar Pustaka

- Alfan, M. F. , & Wiyono, A. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen IdoKa Syahnenna Wedding Organizer Boyolali. *Doctoral dissertation, Uin Raden Mas Said*.
- Alwi, A. M. F. , & Mulyono, J. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan “Menantea Café” Teluk Jambe Karawang. *Jurnal Mirai Management*, , 8, 227–243.
- Ambarwati, I. A. T., Kawiana, I. G. P., & Mahayasa, I. G. A. (2022). Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pada PT Prisma ElektriKa Bali. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(3), 832-843.
- Atmanegara, S. Y. , Cahyono, D. , Qomariah, N. , & Sanosra, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. . *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, , 79–89.
- Irfiana, I. , Imran, U. , & Asbara, N. W. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Browcyl Hertasning Makassar. *Nobel Management Review*, 170–180.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Prinsip – Prinsip Pemasaran, Jilid 1*, (12 ed.). Erlangga.
- Krismantara, K. H., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Paon Kembar Desa Peguyangan Kangin Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(4), 790-798.
- Mahayasa, I. G. A., & Martayanti, N. M. P. (2020). Analysis Of The Influence Of Member's Commitment And Satisfaction On Loyalty Of Cooperative Members. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(1), 48-55.

- 
- Majid, A., Oktavianti, A. E., Rista, & M. A., S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Journal Of Economics, Management, and Business Research*, 2.
- Mukhlis. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Di Muara Bulian. *Journal of Economics and Business.*, 3.
- Novandi D.H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Miss Laundry di Kota Tegal. *Skripsi. Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal*.
- Nugroho, A. (2023). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. *Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa*.
- Ramadhan, M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Aroma Malaja. *Oikos: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan Ekonomi*, 7.
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2, 692–708.
- Silvia, R., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Cillo Coffee. . *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 3, 662–675.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, & Chandra. (2016). *Service, Quality and Satisfication* (4 ed.). ANDI.
- Wijaya, W. R., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 1, 82–91.