

PENGARUH KUALITAS PRODUK HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN BONENA

Ardi Fadil^{*1}, Andi Widiawati², Ali Murdhani Ngandoh³

^{1,2}Prodi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel

³Prodi Sistem dan Teknologi Informasi, ITB Nobel

Email: *1ardifadil258@gmail.com, *2widiawati1972@gmail.com,
*3ali.murdhani@gmail.com

Abstrak

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Bonena di Makassar, dibimbing oleh Andi Widiawati dan Ali Murdhani Ngandoh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh kualitas Produk, harga, dan Lokasi secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bonena di Makassar (2) Pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bonena di Makassar (3) Variabel yang paling dominan diantara kualitas Makanan, harga, dan Lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen Rumah Makan Bonena di Makassar. Sampel penelitian sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen Rumah Makan Bonena di Makassar, penelitian menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas Produk dan Lokasi berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan Konsumen sedangkan Harga berpengaruh negatif signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Bonena di Makassar (2) Kualitas Produk, Harga dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Bonena di Makassar (3) Variabel yang paling berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Bonena di Makassar adalah Kualitas Produk.

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

Abstract

The Effects of Product Quality, Price and Location on Consumer Satisfaction at the Bonena Restaurant in Makassar, supervised by Andi Widiawati and Ali Murdhani Ngandoh. This study aims to determine (1) The effect of product quality, price, and location partially on customer satisfaction at Bonena Restaurant in Makassar (2) The effect of product quality, price, and location simultaneously on customer satisfaction at Bonena Restaurant in Makassar (3) The most dominant variables between food quality, price, and location affect customer satisfaction at Bonena Restaurant in Makassar. The research sample consisted of 100 respondents who were consumers of the Bonena Restaurant in Makassar. The research used multiple linear regression analysis with data collection using a questionnaire with a Likert scale. The results of the study show that (1) Product Quality and Location had a partially significant positive effect on Consumer satisfaction while Price had a partially significant negative effect on Consumer Satisfaction at Bonena Restaurant in Makassar (2) Product Quality, Price, and Location had a simultaneous effect on Consumer Satisfaction in Bonena Restaurant in Makassar (3) The variable that has the most influence on consumer satisfaction at Bonena Restaurant in Makassar is product quality.

Keywords: Product Quality, Price, Location, and Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Industri jasa memegang peranan signifikan bagi perekonomian Indonesia, terutama seiring dengan berkembangnya kebutuhan masyarakat. Melihat kondisi penduduk Indonesia yang semakin padat, Perusahaan di sektor jasa membuat kemajuan yang sangat baik., salah satunya adalah perusahaan jasa kuliner.

Saat ini, perusahaan di industry kuliner sangat beragam dan berkembang pesat. Bisnis di bidang kuliner ini memberikan dampak pertumbuhan yang signifikan, membantu perekonomian negara sebagai produsen. Sebagai pelaku produsen memiliki peluang untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. didalam berkehidupan, bidang usaha kuliner merupakan suatu kebutuhan yang lumayan penting bahkan tidak

terpisahkan oleh gaya kehidupan masyarakat modern saat ini. Produsen hendaknya mengetahui keadaan pasar agar produk serta variasi rasa jenis makanan yang di hasilkan sesuai dengan keinginan konsumen dan dapat bersaing dengan pasar (Asti & Ayuningtyas, 2020). Perusahaan di bidang jasa, khususnya jasa waralaba, termasuk perusahaan yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat. Contohnya waralaba adalah restoran dan rumah makan (Tombeng & Roring, 2019).

Seiring dengan meningkatnya jumlah restoran atau rumah makan yang ada di Indonesia, tingkat persaingan dalam usaha sejenis juga semakin meningkat. Akibat dari banyaknya restoran atau rumah makan yang bermunculan membuat konsumen semakin selektif dalam memilih restoran atau rumah makan. Kestinambungan perusahaan bergantung pada kemampuannya untuk menguasai pasar yang ada dan memenuhi harapan konsumen akan produk yang berkualitas dengan harga yang realistis. Salah satu faktor penunjang yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah kualitas produk. Kualitas produk merupakan sesuatu hal penting yang dipertimbangkan ketika mengkonsumsi suatu makanan, hal tersebut mencakup faktor-faktor kualitas seperti suhu makanan, kesegaran makanan, dan persiapan makanan (Anjarsari et al., 2018). Kualitas produk yang disajikan pada suatu restoran kepada konsumen harus menggunakan bahan-bahan yang segar, penyajian makanan yang menarik serta disajikan pada suhu yang sesuai. Kesempurnaan makanan yang di tawarkan tidak secara langsung dapat memuaskan konsumen Rumah Makan Bonena sehingga perlu mengetahui secara spesifik untuk dapat membutuhkan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Menurut (Kotler & Armstrong, 2012) Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing Sebagai produk inti dari sebuah restoran. Bila kualitas makanan meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga. Jadi berdasarkan hal tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai dengan standar yang ditetapkan, semakin tinggi kualitas makanan dinilai. Dengan kualitas makanan yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen akan produk dapat terpenuhi. Jika kualitas produk yang diterima lebih baik dari yang diharapkan, maka kualitas produk yang dirasakan memuaskan.

Harga adalah elemen lain yang mempengaruhi kebahagiaan klien selain kualitas produk. Harga merupakan jumlah dari semua nilai-nilai yang konsumen tebus untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa (Permatasari & Wahyuningsih, 2020).

Biaya di restoran ini masuk akal dan sudah termasuk PPN 10%, sesuai kantong mahasiswa dan masyarakat umum. harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Di Rumah Makan Bonena mealakukan kebijakan kenaikan harga pada tahun 2022, hal ini dilakukan mengingat kenaikan harga pasar untuk bahan makanan pokok.

Nilai atau kebijakan harga dapat memengaruhi cara berpikir orang. Berdasarkan nilai suatu harga atau biaya, pelanggan atau konsumen akan memutuskan kinerja produk mana yang lebih efektif dan efisien serta sesuai dengan kebutuhannya. Apabila kinerja memenuhi harapannya serta efektif dan efisien, maka pelanggan akan merasa puas dan akan menghitung biaya yang terkait dengan pembelian produk tersebut, artinya semakin tinggi tingkat kelayakan harga maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

Pelaku usaha yang berkecimpung dalam bidang jasa seperti ini harus pintar pintar menentukan lokasi yang akan digunakan sebagai tempat usaha dan melaksanakan semua kegiatan operasionalnya, sebab lokasi yang bagus, strategis, dan nyaman tentunya

menguntungkan pelaku usaha dalam menjaring konsumen. (Tjiptono, F., & Chandra, 2012) Menyatakan lokasi berpengaruh terhadap dimensi - dimensi strategik, seperti fleksibilitas yang menunjukkan bahwa lokasi mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah dan competitive positioning yang digunakan agar perusahaan dapat mengembangkan posisi relatifnya dibandingkan dengan para pesain.

Meningkatkan kebahagiaan klien mungkin juga bergantung pada lokasi, yang bisa menjadi sinyal utama. Lokasi yang sangat baik memastikan akses cepat, dapat menarik banyak pelanggan, dan memiliki kekuatan untuk mengubah kebiasaan pembelian konsumen. Posisi, arsitektur, dan tata letak fasilitas layanan berdampak besar pada reaksi dan suasana hati konsumen. Setelah itu, sikap dan reaksi ini dapat menghasilkan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Ketidakpuasan pelanggan adalah hasil dari persepsi konsumen tentang perbedaan dari harapan sebelumnya. Kemudian ada dua hal yang perhatian pelanggan dalam memilih lokasi, yaitu banyaknya orang yang lalu lalang dapat memberikan peluang yang sangat baik untuk pembelian impuls buyin dan Tempat parkir yang luas dan aman. Ada ruang ekspansi yaitu tersedia tempat yang luas untuk perluasan di masa mendatang dan peraturan pemerintah.

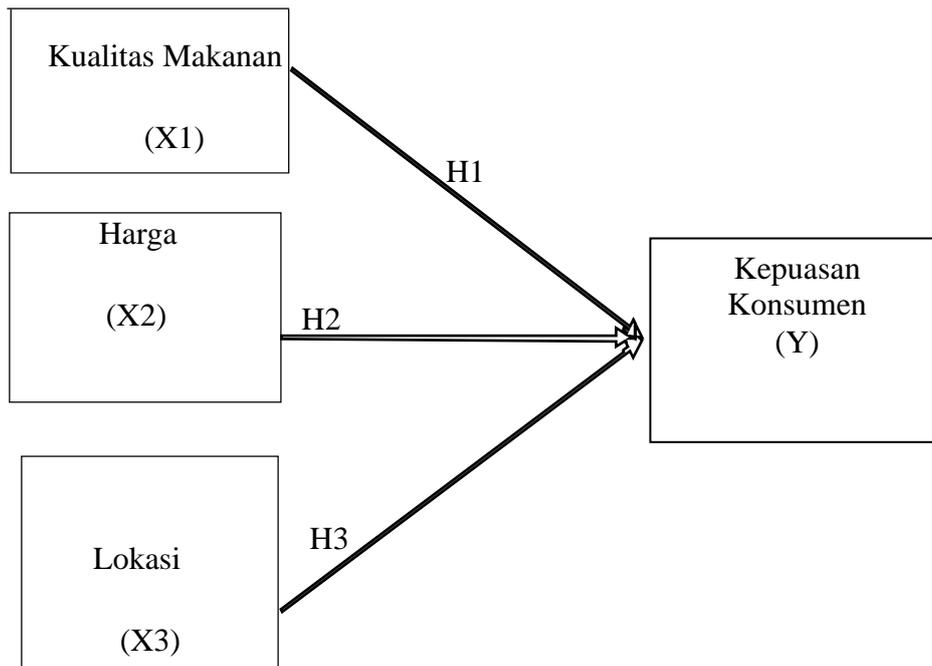
Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan persepsi keefektifan suatu produk atau hasil dalam kaitannya dengan perilaku konsumen. Perasaan senang atau kecewa konsumen terbentuk dari kualitas, harga dan letak produk yang dialami. Setelah pembelian, faktor-faktor seperti kualitas produk, biaya, dan lokasi dapat meningkatkan kebahagiaan pelanggan. Produk dengan kualitas yang tinggi, biaya yang wajar, dan lokasi yang nyaman di dekat area perbelanjaan konsumen lebih memungkinkan konsumen untuk membeli. (Massie et al., 2021). Rumah makan Bonena yang berdiri pada tahun 2018 merupakan salah satu rumah makan yang sangat sederhana yang terletak di JL. Sultan Alauddin No. 76, Mangasa, Kec. Tamalate, Makassar, Sulawesi Selatan. Rumah makan ini berada di bawah naungan CV Tamparung Group. Rumah makan ini memberikan sesuatu yang berbeda dengan menyajikan makanan lokal yang khas daerah Makassar. Pelanggan dapat membayar harga yang ditawarkan restoran Bonena, dan harganya bervariasi. Pilihan makanan dan minuman bervariasi, termasuk makanan laut dan cabai khas mereka. Pemilik restoran ini memikirkan fasilitas selain makanan yang beragam. Restoran Bonena dikelilingi oleh berbagai pilihan tempat makan, dan ketika pelanggan memutuskan restoran mana yang akan dipilih, mereka mempertimbangkan berbagai faktor. Untuk memuaskan pelanggannya, manajemen restoran berusaha untuk memuaskan preferensi klien, baik preferensi tersebut terkait dengan lokasi, harga, atau kualitas makanan. Keberhasilan atau kegagalan restoran dalam berkomunikasi dengan pelanggan bergantung pada penyediaan makanan dengan kualitas terbaik, dengan harga yang wajar, dan lokasi yang mudah dijangkau. Jika hal ini diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas makanan, harga, dan lokasi di restoran tersebut. Berikut ini daftar data jumlah konsumen Rumah Makan Bonena pada tahun 2021.

Beberapa penelitian terdahulu melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen rumah makan antara lain (Lina Sari Situmeang 2017) Hasil ini memberikan kesimpulan antara lain kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Istana Hot Plate Medan, sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, (Ima Karisma 2019) hasil penelitian Hasil penelitian bahwa kualitas makanan dan bauran pemasaran memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (Davi

Robbiansyah 2018) hasil penelitian menunjukkan Pengaruh kualitas makanan, keadilan harga, lingkungan fisik yang diberikan adalah positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan, dalam penelitian ini, penulis mengambil judul pengaruh kualitas produk harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Rumah makan bonena di Makassar sehingga kerangka pikir penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1. Kerangka Pikir



HIPOTESIS PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan serta tujuan dari penelitian ini maka hipotesis yang diangkat adalah :

1. H1: Diduga kualitas Produk, harga, dan Lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bonena di Makassar.
2. H2: Diduga kualitas Produk, harga, dan Lokasi secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bonena di Makassar. iduga
3. H3: Variabel kualitas produk yang paling berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bonena di Makassar.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menetapkan populasi adalah konsumen Rumah Makan Bonena. Ukuran sampel diambil dengan menggunakan Rumus Hair. Rumus Hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti. Menurut Hair (2010:176) bahwa apabila ukuran sampel terlalu besar misalnya 400, maka metode menjadi sangat sensitif sehingga sulit untuk mendapatkan ukuran-ukuran goodness- of fit yang baik. Sehingga disarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah 5-10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi. Pada penelitian ini jumlah sampel

sebesar 100 orang yang berasal dari konsumen Rumah makan bonena. Jadi, dengan jumlah indikator sebanyak (20 x 5 =100 butir). Jadi, melalui perhitungan berdasarkan rumus tersebut, didapat jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebesar 100 orang yang berasal dari konsumen Rumah makan Bonena.

Metode analisis yang akan digunakan oleh peneliti yaitu regresi linear berganda, uji validitas, uji reliabilitas, koefisien determinasi, uji t, dan uji F. Menggunakan analisis ini untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing memiliki hubungan positif atau negative dan dapat memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang biasa digunakan berskala interval atau rasio.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur keabsahan atau validitas suatu kuesioner. Suatu angket dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam angket tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut (Ghozali: 52). Untuk menentukan apakah item pernyataan valid, lihat nilai Korelasi Total item yang Dikoreksi. Jika elemen instruksi r dihitung $>$ dari tabel r , kita dapat mengatakan bahwa itu valid. Pada penelitian ini jumlah sampel (n) = 100 responden dan besarnya df dapat dihitung $100-2 = 98$ dengan $df = 98$ dan $\alpha = 0,05$, tabel $r = 0,1966$. Dengan demikian, elemen instruksi yang valid memiliki angka r atas 0,1966. Hasil uji validitas data pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4. 1

Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,419	0,1966	Valid
		X1.2	0,566	0,1966	Valid
		X1.3	0,666	0,1966	Valid
		X1.4	0,713	0,1966	Valid
		X1.5	0,679	0,1966	Valid
		X1.6	0,588	0,1966	Valid
		X1.7	0,675	0,1966	Valid
		X1.8	0,648	0,1966	Valid
2	Harga (X2)	X2.1	0,653	0,1966	Valid
		X2.2	0,813	0,1966	Valid
		X2.3	0,770	0,1966	Valid
		X2.4	0,549	0,1966	Valid
		X2.5	0,840	0,1966	Valid
		X2.6	0,420	0,1966	Valid
3	Lokasi (X3)	X3.1	0,687	0,1966	Valid
		X3.2	0,635	0,1966	Valid
		X3.3	0,743	0,1966	Valid
		X3.4	0,531	0,1966	Valid
		X3.5	0,687	0,1966	Valid
		X3.6	0,710	0,1966	Valid
		X3.7	0,710	0,1966	Valid

4	Kepuasan Konsumen (Y)	Y1.1	0,597	0,1966	Valid
		Y1.2	0,783	0,1966	Valid
		Y1.3	0,787	0,1966	Valid
		Y1.4	0,647	0,1966	Valid
		Y1.5	0,783	0,1966	Valid
		Y1.6	0,787	0,1966	Valid
		Y1.7	0,654	0,1966	Valid

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa semua item pada pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih besar dari r tabel. Artinya item pernyataan angket yang dihasilkan valid dan dapat dilakukan pengujian data lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau dapat dipercaya jika jawaban atas pernyataan-pernyataannya konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas data dilakukan menurut metode Alpha Cronbach yaitu suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,70.

Tabel 4. 2

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Kualitas Produk (X1)	0,769	Reliabel
2.	Harga (X2)	0,753	Reliabel
3.	Lokasi (X3)	0,798	Reliabel
4	Kepuasan Konsumen (Y)	0,848	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Di atas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's alpha seluruh variabel lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan untuk menjelaskan variabel kualitas produk, harga dan niat beli dikatakan reliabel atau dapat dilihat sebagai alat ukur variabel.

Uji Regresi Berganda

Hasil analisis SPSS dapat diinterpretasikan dengan melihat nilai signifikansi pada regresi linier yaitu koefisien determinasi. Analisis yang digunakan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan menggunakan model analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menjelaskan apakah pengaruh variabel independen Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Lokasi (X3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan konsumen melalui pengujian tingkat signifikansi koefisien regresi.

Tabel 4. 3

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-1.434	2.336		-.614	.541
	TOTAL_X1	.755	.079	.672	9.552	.000
	TOTAL_X2	-.272	.132	-.204	-2.068	.041
	TOTAL_X3	.417	.111	.396	3.746	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 25

Berdasarkan hasil olahan data regresi diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -1,434 + 0,755 + -0,272 + 0,417$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Nilai $b_0 = -1,434$ yang menunjukkan nilai konstanta, Angka tersebut menunjukkan tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh oleh perusahaan bila dimensi kualitas produk, harga, lokasi diabaikan. Artinya ketika ketiga dimensi diabaikan maka variabel kepuasan konsumen bernilai negatif.

Nilai $X_1 = 0,755$ yang berarti Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bonena di Makassar akan meningkat sebesar 0,755 satuan, dengan asumsi bahwa nilai variabel lainnya tetap.

Nilai $X_2 = -0,272$ yang berarti Harga meskipun nilai konstanta yang negative tapi masih terdapat pengaruh. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada rumah makan bonena masih terdapat pengaruh.

Nilai $X_3 = 0,417$ yang berarti Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bonena di Makassar akan meningkat sebesar 0,417 satuan, dengan asumsi bahwa nilai variabel lainnya tetap.

Dari hasil koefisien regresi diatas, maka dapat diketahui bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah Kualitas Produk. Hal ini menunjukkan bahwa, Kualitas produk adalah hal yang perlu diperhatikan oleh pengelola Rumah Makan Bonena di Makassar untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tingkat hubungan antara kualitas produk, harga, lokasi, dan kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan koefisien determinasi. Berikutnya adalah hasil olah data mengenai koefisien determinasi.

Tabel 4. 4

Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.834 ^a	.696	.687	1.782	1.485

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Hasil analisis model summary di atas, menunjukkan bahwa korelasi antara kualitas produk, harga, lokasi terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai $R = 0,834$, hal ini menyatakan bahwa kualitas produk, harga, lokasi mempunyai hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen.

Kemudian nilai $R^2 = 0,696$ yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, lokasi sebesar 69,6 %, sedangkan sisanya sebesar 0,304 atau 30,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji T (Parsial)

Hasil uji T dapat dilihat dari output coefficients dari hasil regresi berganda berikut ini :

Tabel 4. 5

Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-1.434	2.336		-.614	.541
	TOTAL_X1	.755	.079	.672	9.552	.000
	TOTAL_X2	-.272	.132	-.204	-2.068	.041
	TOTAL_X3	.417	.111	.396	3.746	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Berdasarkan tabel diatas berikut penjelasan hasil Uji T (Uji parsial adalah sebagai berikut :

1. Uji signifikan variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, Dengan hasil nilai = 0,000 yang lebih kecil dari nilai standar 0,05, $t_{hitung} = 9,552$, dan nilai t_{tabel} sebesar 1,660 maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
2. Uji signifikan hubungan variabel harga terhadap kepuasan pelanggan menghasilkan hasil sebagai berikut: nilai 0,041 lebih rendah dari nilai standar 0,05; $t_{hitung} -2,068$; dan nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Berdasarkan hasil tersebut, masuk akal untuk menyimpulkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Uji signifikan pengaruh variabel lokasi terhadap kepuasan pelanggan menghasilkan nilai 0,000 yang lebih rendah dari nilai standar 0,05. Selain itu, nilai t adalah 3,746, dan nilai t_{tabel} adalah 1,660. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh variabel lokasi.

Uji F (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan kesesuaian data dengan model yang diterapkan dalam penelitian ini. Hasil perhitungan Uji F ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 6

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	699.178	3	233.059	73.373	.000 ^b
	Residual	304.932	96	3.176		
	Total	1004.110	99			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil nilai signifikan uji simultan yaitu: 0,000 lebih kecil dari nilai 0,05 atau nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel (73,373 > 3,090), maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, diperoleh hasil nilai \square value = 0,000 lebih kecil dari nilai standar 0,05 sedang nilai t hitung = 9,552, dan nilai t tabel sebesar 1,660, dari hasil ini dapat diasumsikan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Menurut (Permatasari & Wahyuningsih, 2020) Kualitas produk sangat berperan penting untuk produk yang dibuat oleh perusahaan, karena produk yang berkualitas terdapat dari bahan-bahan yang digunakan untuk membuat makanan dan minuman, bahan-bahan tersebut adalah bahan yang aman untuk diproduksi maupun dikonsumsi. Produk yang berkualitas akan memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan maupun dirasakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurlita Lea Kusuma Wardani (2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yg signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dengan demikian variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen masyarakat pada rumah makan bonena. artinya apabila kualitas produk rumah makan bonena sangat baik dan memenuhi standar maka masyarakat akan berkunjung kembali.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS variabel harga terhadap kepuasan konsumen, diperoleh hasil nilai \square value = 0,041 lebih kecil dari nilai standar 0,05 sedang nilai t hitung = -2,068, dan nilai t tabel sebesar 1,660, dari hasil

ini dapat diasumsikan bahwa variabel harga berpengaruh negative secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut (Hidayat, 2020) Harga dapat menciptakan pandangan konsumen terhadap suatu produk yang ditawarkan khususnya di rumah makan bonena. Semakin murah harga yang ditawarkan semakin tinggi minat konsumen untuk membeli, sebaliknya jika harga semakin tinggi akan menurunkan minat beli konsumen.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lina Sari Situmeang (2017) dengan hasil penelitian harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Istana Hot Plate Medan.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen, diperoleh hasil nilai α value = 0,000 lebih kecil dari nilai standar 0,05 sedang nilai t hitung = 3,746, dan nilai t tabel sebesar 1,660, dari hasil ini dapat diasumsikan bahwa variabel lokasi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut (Permatasari & Wahyuningsih, 2020) Lokasi berperan penting dalam penempatan kegiatan yang dilakukan suatu usaha, misalnya di industri kuliner. Dengan adanya lokasi yang strategis dan mudah ditemukan akan mempermudah konsumen untuk mengunjungi maupun membeli ke outlet yang tersedia, selain itu lokasi outlet yang nyaman akan membuat konsumen juga merasa aman dan nyaman. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan adanya lokasi outlet yang strategis, aman, dan nyaman. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lina Sari Situmeang (2017) yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

1. Variabel kualitas produk dan lokasi berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan bonena di makassar sedangkan harga berpengaruh negatif signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan bonena di makassar.
2. Variabel kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan bonena di makassar.
3. Variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Bonena di makassar adalah kualitas produk.

SARAN

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel- variabel lain diluar variabel yang telah diteliti agar kualitas produk lebih baik terhadap kepuasan konsumen.
2. Bagi rumah makan Bonena Makassar sebaiknya lebih berusaha untuk memperhatikan dan mempertahankan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Anjarsari, G. E., Sri Suprpti, N. W., & Sukaatmadja, I. P. G. (2018). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Dan Lingkungan Fisik Restoran Terhadap Kepuasan

Serta Niat Berperilaku. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5, 1347. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i05.p05>

Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>

Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip PEMASARAN Principle of Marketing*. 1–63.

Massie, A. L. W. J. D. D., Tawas, H., Pelayanan, P. K., Makanan, K., Harga, D. A. N., Manajemen, J., Ekonomi, F., Massie, A. L. W. J. D. D., & Tawas, H. (2021). *Jurnal EMBA Vol . 9 No . 3 Juli 2021 , Hal . 1277 - 1285*. 9(3), 1277–1285.

Permatasari, D., & Wahyuningsih, T. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Cabang Sudirman Yogyakarta. *Journal Stimykpn*, 1(1), 99–114.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (Edisi kedua). Andi.

Tombeng, B., & Roring, F. (2019). *KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN RAJA OCI MANADO THE EFFECT OF SERVICE QUALITY , PRICE AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT RAJA OCI MANADO RESTAURANT*. 7(1), 891–900.