

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Warung Makan Pak Rakim Ds. Mlorah Kec. Rejoso)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Pada Progam Studi Manajemen



Oleh :
Eyyi Olinda Trismaya
NPM 20102010227

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2024**

]

Skripsi oleh:

EYYI OLNINDA TRISMAYA
NPM. 2012010227

Judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Warung Makan Pak Rakim Ds. Mlorah Kec. Rejoso)**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

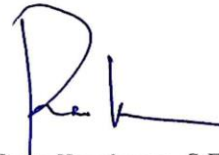
Tanggal : 17 Juli 2024

Pembimbing I



Edy Djoko, S.E, M.M
NIDN. 0715106203

Pembimbing II



Rony Kurniawan, S.E, M.M
NIDN. 0730076804

Skripsi oleh:

EYYI OLNINDA TRISMAYA
NPM: 2012010227

Judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Warung Makan Pak Rakim Ds. Mlorah Kec. Rejoso)**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada Tanggal: 17 Juli 2024

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Edy Djoko Soeprajitno, S.E, M.M
2. Penguji I : Rino Sardanto, S.Pd, M.Pd
3. Penguji II : Rony Kurniawan, M.M



Mengetahui,
Dekan FEB,

Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN/ 0715078102



PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Eyyi Olninda Trismaya
Jenis kelamin : Perempuan
Tempat/tgl.lahir : Nganjuk/12 Juni 2002
NPM : 2012010227
Fak : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis di acu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 10 Juli 2024

Yang Menyatakan



EYYI OLNINDA TRISMAYA
NPM: 2012010227

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Selalu Berbuat Baik, Maka Kebaikan Akan Datang Kepadamu”

“berikan waktu bersantai pada diri sendiri untuk memulihkan segala lelah, karena hanya diri sendiri yang mengetahui apa yang harus dilakukan”

Persembahan :

Alhamdulillah

Saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. **Bapak Trisno, Ibu Komariah** orang tua yang sangat saya hormati dan cintai yang telah memberikan banyak sekali dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan kuliah ini hingga akhir dan terus melakukan yang terbaik. Terima Kasih atas semua pengorbanan yang telah diberikan.
2. **Kakak saya Vionike dan Mugiono**, kakak yang telah memberikan banyak dukungan, waktu, dan menjadi pendengar yang baik. Terima kasih untuk semuanya.
3. **Keponakan onty Dzaka Hamizan**, keponakan yang menjadi penghibur dikala capek dalam mengerjakan tugas. Terima kasih atas kelucuannya kakak.
4. Dan yang terakhir untuk **diri saya sendiri Eyyi Olinda Trismaya**. Apresiasi sebesar-besarnya pada diri sendiri karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih yang sangat besar untuk diri sendiri karena telah mampu berjuang selama ini.

ABSTRAK

Eyyi Olinda Trismaya : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Warung Makan Pak Rakim Ds. Mlorah Kec. Rejoso)

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Lokasi, Kepuasan Konsumen

Penelitian ini dilatarbelakangi untuk mengetahui kemampuan pemilik dan karyawan dalam menjalankan usaha dan mengetahui masalah yang akan terjadi. Agar pemilik usaha dapat memperhatikan dan mengevaluasi sehingga usaha akan semakin berkembang. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Warung Makan Pak Rakim. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen Warung Makan Pak Rakim Jumlah responden yang diteliti sebanyak 40 orang responden. Data yang terkumpul selanjutnya diuji dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis. Analisis ini diolah dengan perangkat lunak SPSS versi 29. Hasil penelitian ini adalah (1) Berdasarkan pengujian t (uji parsial) diperoleh Nilai sig. setiap variabel yaitu $0,001 < 0,05$. Dengan t tabel sebesar 2,028 sehingga X1 sebesar $7,019 > 2,028$, X2 sebesar $6,298 > 2,028$ dan X3 sebesar $6,752 > 2,028$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi berpengaruh secara signifikan dan parsial terhadap kepuasan konsumen. (2) Berdasarkan pengujian f (uji simultan) diperoleh Nilai sig. setiap variabel yaitu $0,001 < 0,05$. Dengan nilai f tabel sebesar 2,96 sehingga $22,039 > 2,96$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap kepuasan konsumen warung makan Pak Rakim Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Aristia Eka Mukti Lestasi (2021) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen studi kasus warung makan nyamplung, desa langgongsari, kecamatan cilongok, kabupaten banyumas.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Warung Makan Pak Rakim Ds. Mlorah Kec. Rejoso)”** ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri. Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus - tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri
4. Edy Djoko, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, arahan, bimbingan, ilmu, dan pengetahuan kepada penulis.
5. Rony Kurniawan, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, arahan, bimbingan, ilmu, dan pengetahuan kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta wawasan yang luas dan bermanfaat bagi saya selama masa perkuliahan.
7. Bapak, Ibu, dan keluarga yang selalu memberikan dukungan dan semangat, serta doa restu sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Sulaseh, karyawan dan pihak – pihak yang ada di warung makan pak Rakim

9. Segenap responden yang telah meluangkan waktunya untuk menjawab setiap pertanyaan dalam kuesioner yang saya berikan.
10. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada teman, sahabat dan pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.
11. Dan yang terakhir untuk diri saya sendiri Eyyi. Apresiasi sebesar-besarnya pada diri sendiri karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah..

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan masukan, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan. Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 10 Juli 2024



Eyy Olninda Trismaya

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Teori.....	11
1. Kepuasan konsumen.....	11
a. Pengertian kepuasan konsumen	11

b.	Faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen	11
c.	Dimensi kepuasan konsumen.....	12
d.	Indikator kepuasan konsumen	13
2.	Kualitas Pelayanan	15
a.	Pengertian kualitas pelayanan.....	15
b.	Tujuan kualitas pelayanan.....	15
c.	Faktor – faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan	16
e.	Indikator kualitas pelayanan	16
3.	Persepsi Harga	17
a.	Pengertian persepsi harga	17
b.	Faktor – faktor yang mempengaruhi persepsi harga.....	18
c.	Indikator persepsi harga.....	18
4.	Lokasi	19
a.	Pengertian lokasi.....	19
b.	Faktor – faktor yang mempengaruhi lokasi	20
c.	Indikator lokasi	21
B.	Kajian Penelitian Terdahulu	22
C.	Kerangka berpikir.....	23
D.	Kerangka konseptual	27
E.	Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN		29
A.	Variabel Penelitian	29
1.	Identifikasi Variabel Penelitian.....	29

2.	Definisi Operasional Variabel.....	30
B.	Pendekatan Dan Teknik Penelitian.....	34
1.	Pendekatan Penelitian.....	34
2.	Teknik Penelitian	35
C.	Tempat Dan Waktu Penelitian.....	35
1.	Tempat Penelitian	35
2.	Waktu Penelitian.....	36
D.	Populasi Dan Sampel	36
1.	Populasi	36
2.	Sampel	36
E.	Instrumen Penelitian.....	37
1.	Pengembangan Instrumen	37
2.	Validitas Dan Reliabilitas	40
a.	Uji Validitas	40
b.	Uji Reliabilitas	43
F.	Sumber Dan Teknik Pengumpulan.....	44
1.	Sumber Data	44
a.	Data Primer	44
b.	Data Sekunder.....	44
2.	Teknik Pengumpulan Data	45
a.	Kuesioner	45
b.	Wawancara.....	45
c.	Observasi	45

G. Teknik Analisis Data	46
1. Uji Asumsi Klasik	46
a. Uji Normalitas.....	46
b. Uji Multikolinieritas	46
c. Uji Heteroskedastisitas	47
d. Uji Linearitas	47
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	49
4. Pengujian Hipotesis	50
a. Uji Parsial (Uji t).....	50
b. Uji Simultan (Uji F).....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	52
1. Sejarah Warung Makan Pak Rakim.....	52
2. Karakteristik Responden :	53
a. Profil berdasarkan jenis kelamin.....	53
b. Profil berdasarkan usia.....	54
c. Profil berdasarkan banyaknya kunjungan pembelian	55
B. Deskripsi Data Penelitian.....	56
1. Deskripsi Data Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	56
2. Deskripsi data variabel X1	58
3. Deskripsi data variabel X2	61
4. Deskripsi data variabel X3	64

C. Analisis Data	66
1. Uji Asumsi Klasik	66
a. Uji Normalitas.....	66
b. Uji Multikolinieritas	68
c. Uji Heteroskedastisitas	69
d. Uji Linearitas	70
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
3. Uji Koefisien Determinasi (Adjust R ²)	73
4. Pengujian Hipotesis	73
a. Uji t (Uji Parsial).....	73
b. Uji f (Uji Simultan).....	75
5. Pembahasan	76
a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.....	76
b. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen	78
c. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen.....	79
d. Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	82
A. Simpulan	82
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Menu WM Pak Rakim	3
1.2 Jadwal Buka WM Pak Rakim	4
1.3 Daftar Pesaing Warung Makan Pak Rakim.....	5
2.1 Penelitian Terdahulu	23
3.1 Skala Likert	38
3.2 Kisi - Kisi Kuesioner Penelitian	39
3.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	42
3.4 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga	42
3.5 Hasil Uji Validitas Lokasi	43
3.6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	43
3.7 Hasil Uji Reliabilitas	44
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2 Responden Berdasarkan Umur.....	55
4.3 Responden Berdasarkan Kunjungan	56
4.4 Deskripsi Data Variabel Kepuasan Konsumen	57
4.5 Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan	59
4.6 Deskripsi Data Variabel Persepsi Harga.....	62
4.7 Deskripsi Data Variabel Lokasi.....	65
4.8 Hasil Uji Normalitas	68

4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	59
4.10 Uji Linearitas Y Dan X	71
4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	72
4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	74
4.13 Hasil Uji T (Uji Parsial)	75
4.14 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
2.1 Kerangka Konseptual	28
4.1 Grafik Uji Normalitas	66
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1. : Kisi – kisi Instrumen Penelitian	91
2. : Instrumen Penelitian	95
3. : Tabulasi Data Hasil Penelitian	104
4. : Surat Ijin Penelitian.....	115
5. : Surat Balasan Penelitian.....	116
6. : Lembar Pengajuan Judul.....	117
7. : Berita Acara.....	119

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan berkembangnya zaman yang semakin maju membuat banyak dampak yang terjadi, salah satunya semakin banyaknya persaingan bisnis terutama di bidang kuliner. Pemilik usaha dalam industri kuliner harus lebih berhati-hati saat membuat keputusan untuk mengembangkan bisnis mereka karena persaingan yang semakin ketat. Mereka perlu memiliki kemampuan untuk bertahan dalam persaingan pasar dan berhasil mengungguli pesaing mereka. Untuk mencapai hal ini, penjual makanan harus lebih banyak memperhatikan keinginan dan kebutuhan pelanggan mereka. Karena pentingnya mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen akan menghasilkan kepuasan tersendiri untuk konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan wujud di mana keinginan, harapan, dan kebutuhan dari konsumen mampu terpenuhi sehingga akan menentukan terjadinya pembelian produk yang dijual. Masinambow (2021) mengatakan kepuasan konsumen merupakan tingkatan perasaan mereka sehabis membandingkan apa yang mereka inginkan dengan apa yang mereka dapatkan. Untuk memenuhi kepuasan konsumen penjual harus memiliki strategi yang sesuai dan benar sehingga apa yang diharapkan akan terwujud.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur kepuasan konsumen. Manegal (2021) menyatakan bahwa kualitas layanan mencakup hal-hal

seperti SDM, proses, produk, lingkungan, dan jasa diharapkan dapat memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan. Penjual dapat menggunakan kualitas layanan untuk menarik pelanggan baru, serta menjaga loyalitas pelanggan lama, dan mencegah mereka berpindah ke penjual lain. Kualitas pelayanan juga mencerminkan upaya penjual untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Karena kualitas layanan yang unggul akan menghasilkan pengaruh yang baik bagi kepuasan konsumen.

Persepsi harga adalah faktor krusial dalam mencapai kepuasan konsumen. Harga yang dipatok oleh penjual harus selaras dengan kondisi ekonomi konsumen setempat agar produk tersebut tetap terjangkau dan dapat dibeli oleh konsumen. Harga merupakan acuan konsumen dalam menentukan pengambilan keputusan. Persepsi harga merupakan penilaian konsumen mengenai apakah harga yang ditawarkan oleh penjual sesuai dengan apa yang diharapkan. Menurut Fandy Tjiptono (2014: p. 353), kata Latin “satis” berarti “cukup banyak” atau “memadai,” dan “facio” berarti “melakukan” atau “membuat”. Secara sederhana, kepuasan dapat didefinisikan sebagai upaya untuk mencapai tujuan tertentu atau menjadikannya cukup. Tjiptono (2019: 76) mengatakan bahwa persepsi harga adalah proses di mana konsumen memahami nilai atau fitur harga yang diharapkan dari barang atau jasa. Perilaku pelanggan sangat memengaruhi persepsi mereka tentang produk saat mereka menilai dan menyelidikinya.

Penjual harus cerdas untuk memilih lokasi sebagai tempat berjualan atau berbisnis. Dengan adanya lokasi yang strategis menghasilkan keuntungan penjual dalam berbisnis. Lokasi yang ramai, memiliki lahan yang luas, dan mudah diakses akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Konsumen akan memilih tempat yang mudah dijangkau dan tidak jauh dengan tempat aktivitas mereka. Menurut Riadi (2020), lokasi adalah tempat di mana bisnis atau aktivitasnya dijalankan, seperti membuat barang atau jasa dan di mana pelanggan datang, mengunjungi, dan membeli barang atau jasa. Lokasi memiliki peran penting dalam berjalannya suatu usaha.

Warung Makan Pak Rakim ini berdiri sejak tahun 1995 merupakan salah satu Warung Makanyang terletak di Jl. Nganjuk – Rejoso, Rt 02 Rw 02, Mloroh, Kec. Rejoso, Kab. Nganjuk. Warung Makan Pak Rakim dikelola oleh ibu Sulaseh dan memiliki karyawan sebanyak 4 orang. Harga yang ditawarkan di Warung Makan Pak Rakim cukup terjangkau dan variatif. Walaupun warung makan pak Rakim terlihat sederhana tapi menu yang disajikan ada beragam sehingga konsumen yang datang bisa memilih sesuai dengan apa yang diinginkan.

Tabel 1. 1
Menu Warung Makan Pak Rakim

No	Makanan dan minuman	Harga
1	Ayam bakar + nasi	Rp.18.000
2	Ayam goreng + nasi	Rp.18.000
3	Bebek bakar + nasi	Rp.23.000
4	Bebek goreng + nasi	Rp.23.000
5	Pecel lele + nasi	Rp.13.000
6	Kare ayam + nasi	Rp.18.000
7	Es The	Rp.3.000
8	Es Jeruk	Rp.3.000

Data diolah peneliti, (2024)

Di sekitar Warung Makan Pak Rakim juga terdapat banyak penjual, mulai dari makanan berat hingga cemilan. Banyaknya bisnis yang sama di sekitar Warung Makan Pak Rakim menjadikan banyaknya pilihan tempat makan yang menjadi bahan pertimbangan untuk para konsumen sehingga menetapkan pilihan membeli ke tempat makan tersebut. Alhasil, Warung Makan Pak Rakim terus berupaya memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Konsumen berbeda-beda dalam hal apa yang mereka cari, seperti kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi. Faktor-faktor ini berkontribusi pada tingkat kepuasan mereka. Kepuasan konsumen tidak akan tercapai jika elemen-elemen ini diabaikan, dan ini dapat berdampak negatif pada kemajuan bisnis. Maka dari itu semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, harga jual yang sesuai dan lokasi yang mudah dijangkau konsumen akan semakin memberikan rasa kepuasan konsumen.

Tabel 1.2
Jam buka Warung Makan Pak Rakim

No	Hari	Jam
1	Senin	11.00 – 22.00
2	Selasa	11.00 – 22.00
3	Rabu	11.00 – 22.00
4	Kamis	11.00 – 22.00
5	Jumat	11.00 – 22.00
6	Sabtu	11.00 – 22.00
7	Minggu	11.00 – 22.00

Data diolah peneliti, (2024)

Tantangan dan masalah dalam bisnis dapat muncul dari berbagai sumber, baik internal maupun eksternal. Masalah internal meliputi kurangnya inovasi, rendahnya kualitas kerja karyawan, dan minimnya rasa percaya diri. Sementara itu, tantangan eksternal bisa berupa banyaknya pesaing dengan inovasi lebih baik, pesaing yang menawarkan harga di bawah harga pasar,

serta pesaing yang memiliki tempat usaha yang lebih kreatif, yang menjadi daya tarik tambahan bagi konsumen. Di kecamatan Rejoso khususnya disekitar warung makan pak Rakim terdapat banyak usaha seperti yang ada pada tabel yang dibuat oleh peneliti.

Tabel 1.3
Daftar Pesaing Warung Makan Pak Rakim

No	Nama Usaha	Alamat
1.	Warung Makan Rudi	Jl. Nganjuk-Gondang, RT.3/RW.3, Sugihan, Mlorah, Kec. Rejoso, Kabupaten Nganjuk
2.	Warung Makan Rezza	Jl. Nganjuk-Gondang, RT.3/RW.5, gempol, Kec. Rejoso, Kabupaten Nganjuk
3.	Warung KDPL	Dpn. PABRIK.SARUTA, Jalan Raya, Jegreg, Gondang, Sugihan, Mlorah, Kec. Rejoso,
4.	Warung Buk Tin	Tugu, Mlorah, Kec. Rejoso, Kabupaten Nganjuk,
5.	Warung Makan Bu Asih	Jl. Nganjuk - Gondang No.18, Talang, Kec. Rejoso,
6.	Warung Makan Khas Madura Cab. Purnama	Jl. Nganjuk-Gondang, Sugihwaras, Mlorah, Kec. Rejoso,

Sumber : observasi peneliti, 2024

Sumber penelitian ini juga berasal dari keterbatasan dan gap penelitian terdahulu, terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen. Seperti perbedaan penelitian dari Yuliansyah dan Dian Herawati (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Cendana Fried Chicken, didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Novida Anggia Wulandari (2020) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Nom Nom Fresh Madiun. Di sisi lain penelitian yang dilakukan oleh Fatmawati, Yuswari Nur, dan Mariah (2023) yang menyatakan bahwa kualitas

pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada konsumen pada dapur ummu hisyam (outlet 04 jl. poros maros – makassar)

Perbedaan penelitian dari para peneliti juga terdapat pada variabel persepsi harga yang diteliti oleh Chastuti Kasanah dan Salman Paludi (2023) menyatakan bahwa Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di restoran hoka – hoka bento mall graha cijantung, didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Adesta Yudha (2022) yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kedai kopi roast peace. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Muhamad Faisal Putranto (2023) menyatakan bahwa Persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mie Goyang di Bandar Lampung.

Beberapa perbedaan penelitian dari para peneliti juga terdapat pada variabel lokasi yang diteliti oleh Avi Riztando (2019) menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warung Makan Kedai Ibu di Surakarta, didukung penelitian yang dilakukan oleh Fenty Nofrika (2019) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kedai agri cafee dan resto di pekanbaru. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Aristia Eka Mukti (2021) yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen warung makan nyamplung kabupaten banyumas.

Dilihat beberapa pesaing bisnis yang menjual makanan yang hampir sama dilokasi yang berdekatan. Banyaknya persaingan bisnis ini dikarenakan

didaerah itu terdapat banyak pabrik sehingga menjadikan tempat makan sebagai sarana untuk karyawan melakukan pembelian. Oleh karena itu pemilik warung makan pak Rakim akan semakin meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas makan, memberikan harga yang sesuai dengan yang diinginkan konsumen sehingga kebutuhan konsumen akan semakin terpenuhi dan konsumen akan semakin merasa puas. Konsumen yang merasa mendapat kepuasan akan datang kembali untuk membeli di warung makan pak Rakim

Berdasarkan hal – hal yang diuraikan mengenai kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Warung Makan Pak Rakim”**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, penulis mengidentifikasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh penjual dapat memengaruhi kepuasan konsumen warung makan pak Rakim
2. Persepsi harga memengaruhi kepuasan konsumen warung makan pak Rakim
3. Lokasi memengaruhi kepuasan konsumen warung makan pak Rakim
4. Kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi secara bersama memengaruhi kepuasan konsumen warung makan pak Rakim

C. Batasan Masalah

Terdapat dimensi masalah yang diperoleh dari identifikasi masalah yang dijelaskan diatas. Namun, karena keterbatasan waktu, keterampilan dan biaya, peneliti mempersempit penelitian ini dengan cara yang lebih tepat sasaran yaitu :

1. Objek penelitian di sini adalah Warung Makan Pak Rakim Hal ini diketahui dengan melakukan penyebaran angket pada konsumen Warung Makan Pak Rakim
2. Variabel yang diteliti hanya terbatas pada faktor – faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang telah dijelaskandapat dirumuskan beberapa masalah yang berkaitan dengan penelitian ini , antara lain :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen warung makan Pak Rakim?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen warung makan pak Rakim?
3. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen warung makan pak Rakim?
4. Apakah kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen warung makan pak Rakim ?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen warung makan pak Rakim
2. Mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen warung makan pak Rakim
3. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen warung makan pak Rakim
4. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen warung makan pak Rakim

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini meliputi :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan meningkatkan pengetahuan manajemen terutama pada kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat praktis

- a. Untuk Penulis

Diharapkan penelitian ini dapat memperluas pemahaman tentang kepuasan konsumen dan menjadi sarana untuk meningkatkan kemampuan analisis terhadap berbagai masalah yang ada.

b. Untuk Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemilik bisnis terkait kualitas layanan, persepsi harga, dan lokasi dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen secara optimal.

c. Untuk Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya informasi dan wawasan, serta dapat dijadikan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zikri, M. I. H. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Akmal, R. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Café Shushu Milkshake Purwokerto). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*.
- Anam, dkk. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga). *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*. 4(1), 120–136.
- Amin, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Indomie di Kecamatan Tarumajaya. *Stie*, 1(3), 41–52.
<https://www.ejournal.stitpn.ac.id/index.php/bintang/article/view/716/476>
- Aristia, E. M. L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Warung Makan Nyamplungan Desa Langgongsari Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas) (Doctoral Dissertation, Uin Prof. Kh Saifuddin Zuhri).
- Clarita, N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di CFC Grande Karawaci. *AKSIOMA: Jurnal Manajemen*, 2(1), 37–53. <https://doi.org/10.30822/aksioma.v2i1.2081>
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2019). Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Umkm Di Kec. Pangkatan.
- Ekowati, V. M., Supriyanto, A. S., Fatmawati, Y. D., Mukaffi, Z., & Setiani.(2021). An Empirical Effect of Workloads on Employee Satisfaction: Mediating by Work Environment. *Journal of Southwest Jiaotong University*.
- Elly, I. 2020. Strategi Pemasaran Produk Keripik Ud. Bagus Abadi Jaya Menggunakan Metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). *JUSTI (Jurnal Sistem dan Teknik Industri)*. Vol. 1, No. 4, 2020

- Fatmawati, Y. N. (2023). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dapur Ummu Hisyam (Outlet 04 Jl. Poros Maros – Makassar). Vol. 1 No. 3 (2023): Jurnal Manuver : Akuntansi dan Manajemen.
- Febrianti, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(4), 437–440. <https://doi.org/10.59004/jisma.v1i4.148>
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanggita, A. T. (2018). Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa. *Jurnal Manajemen Bisnis*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 167-176.
- Herawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Kasus Pada Warung Makan Cendana Fried Chicken. *Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Manajemen*, 1(1), 34-40.
- Hungu. (2016). Pengertian Jenis Kelamin. Jakarta : PT. Gramedia.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press
- Isnaini Sholikhah, U. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Paras Snack Di Kabupaten Boyolali Tahun 2019). *jurnal ilmu manajemen dan akuntansi*, 41-48.
- Kasanah, C., & Paludi, S. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Di Restoran Hoka-Hoka Bento Mall Graha Cijantung. 1(2), 145–155. <https://e-ournal.naureendigiton.com/index.php/mj>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Manajemen Pemasaran (XIII)*. Erlangga
- Kotler.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong.(2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing (18e Global Edition)* [E-book]. Pearson Education Limited.
- Kurniawan, Arief Rakhman (2018), *Dasar-dasar Marketing*, Edisi: 1, Yogyakarta: Quadrant
- Lasut, E. 2017. Analisis Perbedaan Kinerja Pegawai Berdasarkan Gender, Usia Dan Masa Kerja (Studi Pada Dinas Pendidikan Sitaro). *J EMBA* , Volume Vol 5 No 2, Pp. 2771-80

- lestari, a. e. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Warung Makan Nyamplungan, Desa Langgongsari Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas).
- Manengal, B., Kalangi, J. A., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Ando Tombatu. *Productivity*, 2(1), 42-46.
- Masinambow (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Cv. Prayer Mebel Desa Tewasen Kabupaten Minahasa Selatan. Vol. 2 No. 2, 2021
- Nofrika, F. (2020). *Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Agri Cafee & Resto Di Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Pally, N. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Oktober, 2023(20), 537–552. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8429948>
- PARDEDE, C. D. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Medan Resort City*.
<http://103.154.135.70/handle/123456789/8006%0Ahttp://103.154.135.70/bitstream/handle/123456789/8006/CHRISDELIDOPARDEDE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- PEACE, K. K. R. I. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada.
- Pelayanan, P. K., & Lokasi, H. D. A. N. (n.d.). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen* (. X(X), 14–20.
- Priharto, S. (2020, August). Indikator Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Jenis, dan Fungsinya Bagi Bisnis. Accurate.
<https://accurate.id/marketingmanajemen/indikator-kepuasan-pelanggan/>
- Putranto, M. F. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga, Consumer Taste, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Mie G*. Skripsi Bab 1- 2 M. Faisal Putranto.pdf
<http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/31084%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/31084/1/>

- Riadi, Muchlisin. 2020. Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan). Kajian Pustaka. 30-10-2023
- Riztando, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Warung MakanKedai Ibu di Surakarta. *Publikasi Ilmiah*. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/80955%0A>
- Rolando, B. (2018). Tingkat Kesiapan Implementasi Smart Governance Di Kota Palangka Raya. UAJY.
- Ryananda, M. H., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Analisis pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 461–469. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i2.11099>
- Senggetang, (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Sholihah, D. A. (2020). Critical thinking ability through experiential learning in the calculus class. *Journal of Physics: Conference Series*, 1613(1), 1–6. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1613/1/012002>
- Simamora. 2002. Panduan Riset Perilaku Konsumen. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Subagiyo, R. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Nasabah (Customer Satisfaction) Di Pt. Bprs Mitra Mandiri Sukses Di Gresik. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 1(1)
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Bandung:CV. Alfabeta.
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatig, dan R&D, penerbit Alfabeta,Bandung
- Sukma., & Murwanto. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Cv. Syailendra Elektronik”. *Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang, Semarang, Indonesia*, 21(3), 713–722.

- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2019. "Pemasaran Jasa Edisi Terbaru." Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wulandari, N. A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nom Nom Fresh Madiun).
- Yudha, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Roast In Peace.