

***Influence Of Product Quality, Location And Price Perception On  
Customer Satisfaction  
(Study At Lemona Cake Shop On Perintis Kemerdekaan Street)***

***Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Persepsi Harga Terhadap  
Kepuasan Pelanggan  
(Studi Pada Toko Kue Lemona Jalan Perintis Kemerdekaan)***

Euis Patimah <sup>1)</sup>; Rita Tri Yusnita <sup>2)</sup>; Suci Putri Lestari<sup>3)</sup>

*Study Program Of Management, Faculty Of Economic, Universitas Perjuangan Tasikmalaya*

Email: <sup>1)</sup> [euispatimah362@gmail.com](mailto:euispatimah362@gmail.com); <sup>2)</sup> [ritatri@unper.ac.id](mailto:ritatri@unper.ac.id); <sup>3)</sup> [suciputri@unper.ac.id](mailto:suciputri@unper.ac.id);

**ARTICLE HISTORY**

*Received [30 Agustus 2023]  
Revised [29 September 2023]  
Accepted [05 Oktober 2023]*

**KEYWORDS**

*Product Quality,  
Location, Perceived  
Price, Customer  
Satisfaction*

This is an open access article  
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial Kualitas Produk, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Lemona Bakery. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling insidental dan sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Alat analisis yang digunakan adalah persamaan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Lokasi dan Persepsi Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Lemona Bakery. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Lemona Bakery. Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Lemona Bakery. Persepsi Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Lemona Bakery.

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the simultaneous and partial effect of Product Quality, Location and Price on Lemona Bakery's Customer Satisfaction. The research method used in this study is a quantitative research method with a survey approach. The sampling technique used was incidental sampling and 100 respondents were taken as a sample. The analytical tool used is the multiple regression equation. The results showed that product quality, location and price perceptions simultaneously had a significant effect on customer satisfaction at Lemona Bakery. Product quality partially has a significant effect on customer satisfaction at Lemona Bakery. Location partially has a significant effect on customer satisfaction at Lemona Bakery. Perceived price partially has a significant effect on customer satisfaction at Lemona Bakery.*

**PENDAHULUAN**

Saat ini persaingan dalam usaha terutama industri sejenis semakin ketat, maka untuk mengatasi ketatnya persaingan dan supaya kepuasan pelanggan tercipta maka salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha adalah dengan memperhatikan kualitas produk dari produk yang ditawarkan serta disesuaikan dengan harga yang ditetapkan sehingga mampu bersaing dengan produk yang sejenis dan kepuasan pelanggan akan tercapai.

Jika pelanggan menginginkan kepuasan, maka produk yang diinginkan tersebut harus berkualitas. Kualitas produk merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen, sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk. Begitu pula yang terjadi pada toko kue Lemona Bakery, kualitas produk menjadi hal yang paling diperhatikan karena kualitas produk sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Dengan memaksimalkan kualitas produk yang dimiliki, pelanggan akan semakin puas dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Rizqy, et all dalam Ismail Razak (2019: 1) memaparkan bahwa pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan pada konsumen karena kepuasan yang akan membuat konsumen terus kembali dan secara tidak langsung hal itu akan sangat menunjang profit perusahaan.

Selain kualitas produk, lokasi juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Konsumen atau pelanggan umumnya lebih tertarik untuk berbelanja di lokasi yang mudah dijangkau karena semakin strategis lokasi maka semakin tinggi kepuasan konsumen yang dirasakan. Maka faktor lokasi merupakan

salah satu faktor yang harus dipertimbangkan, pemilihan lokasi sangat mempengaruhi jalannya usaha dan kepuasan konsumen yang dirasakan.

Haniffuddin (2018:99) memaparkan bahwa terdapat faktor lain yang merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga, harga merupakan nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang. Menurut Tjiptono (2017) Penetapan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar yang tercermin untuk meningkatkan penjualan dan keunggulan perusahaan. Penetapan harga jual suatu produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena umumnya semakin murah suatu produk maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan (Mimi, S,A 2019; 171).

Lemona Bakery merupakan salah satu toko dan pabrik roti yang tersebar di berbagai daerah dan beberapa tokonya berlokasi di Tasikmalaya. Lemona Bakery menjual berbagai macam aneka kue, tart, roti dan makanan lainnya yang di olah di pabrik sendiri. Lemona Bakery berdiri pada tahun 1997 dan memiliki tujuan ingin menjadi toko kue terbesar. Biasanya masyarakat Tasikmalaya berbelanja di Lemona Bakery karena Lemona menawarkan berbagai produk dengan lengkap yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Dari sisi produk, produk yang dipasarkan oleh Lemona Bakery sangat beragam sehingga dapat memberikan banyak pilihan kepada konsumen. Kualitas produk yang dimiliki oleh Lemona Bakery juga dapat dikatakan cukup baik, hal ini berdasarkan pada penelitian pendahuluan mayoritas konsumen menyatakan bahwa Lemona bakery memiliki kualitas produk cukup baik. Selain itu, lokasi baru Lemona Bakery juga dapat dikatakan cukup mudah dijangkau, karena lokasi ini bertempat di kawasan yang mudah dijangkau dan lokasi yang sering dilalui konsumen, atau dengan kata lain Lemona Bakery ini bertempat di lokasi yang cukup strategis. Selanjutnya harga yang ditawarkan oleh Lemona bakery dirasa cukup terjangkau, juga banyak konsumen yang menyatakan bahwa harga jual di Lemona Bakery cukup mahal namun hal tersebut sebanding dengan kualitas yang ditawarkan. Meski demikian, kemunculan berbagai toko dan pabrik kue yang saat ini sangat beragam di Tasikmalaya yang lebih kompleks sedikit banyak mempengaruhi keberlangsungan kegiatan jual beli di Lemona Bakery.

Seperti yang dipaparkan oleh manager store dari Lemona Bakery di Jalan Perintis pada saat penelitian awal, bahwa tidak sedikit konsumen yang biasa berbelanja di Lemona Bakery memilih untuk berbelanja di tempat lain yang menyediakan produk lebih beragam. Maka Lemona Bakery harus meningkatkan dan mengoptimalkan ketiga fakto tersebut yakni kualitas produk, lokasi dan harga supaya kepuasan pelanggan dapat tercapai maksimal. Berikut disajikan hasil penelitian pendahuluan mengenai kepuasan pelanggan Lemona Bakery:

**Tabel 1. Kuesioner Survey Pendahuluan Kepuasan Pelanggan Toko Roti Lemona Bakery**

No	Pernyataan	SPS	P	KP	TP	STP
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Saya senang berbelanja di toko kue Lemona	7	9	3	1	0
2	Saya akan kembali berbelanja di toko kue Lemona	16	2	1	1	0
3	Saya tertarik dengan produk baru yang ditawarkan toko kue Lemona	6	12	1	1	0
4	Saya merasa puas dengan penawaran produk baru di toko kue Lemona	4	8	7	1	0
5	Saya akan merekomendasikan produk dari toko kue Lemona kepada orang lain	9	9	2	0	0
6	Saya tidak keberatan merekomendasikan produk dari toko kue Lemona karena saya puas dengan produknya	9	9	2	0	0
7.	Saya bersedia membeli produk dari toko kue Lemona meskipun di toko lain lebih murah	0	9	11	0	0
8	Saya tidak keberatan dengan harga jual produk di toko kue Lemona	10	3	7	0	0
9	Saya akan memberikan masukan kepada toko kue lemona supaya bisa lebih baik	11	9	0	0	0
10	Sejauh ini saya merasa puas dengan toko kue Lemona	16	4	0	0	0
Total		88	74	34	4	0
Persentase		44%	37%	17%	2%	0%

Sumber : Penelitian Pendahuluan, Tahun 2022

Berdasarkan pada penyebaran kuesioner kepada 20 pelanggan toko kue Lemona untuk survey pendahuluan untuk kepuasan pelanggan di dapatkan persentase bahwa sebanyak 44% menyatakan sangat puas sekali, 37% menyatakan puas, 17% menyatakan kurang puas, 2% menyatakan tidak puas dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak puas, berdasarkan keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa masih ada responden yang menyatakan kurang puas dan tidak puas. Hal ini relevan dengan penelitian terdahulu dari Sofyan, C.dkk. (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada What's Up Cafe Manado.

## LANDASAN TEORI

### Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Malik Ibrahim dan Siti Marjiam (2019 : 145) Mengemukakan bahwa:

“Kualitas produk adalah karakteristik dari produk atau jasa yang menanggung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau yang tersirat”.

Sementara menurut Maramis (2018:18), mengemukakan bahwa:

“Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”.

Sedangkan Lupioadi dalam Mimi S.A (2019: 177), Mengemukakan bahwa:

“Kualitas produk adalah konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas”.

Dari pemaparan para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan kondisi atau ciri fisik produk tersebut yang dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.

### Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk sangat menentukan seseorang membeli produk tersebut, pengukuran suatu produk yang baik dan berkualitas tentu perlu dilakukan oleh pemilik usaha, agar produk yang dijual diminati konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2017: 161) terdapat beberapa tolak ukur sebagai indikator dalam menilai kualitas produk, diantaranya:

1. Bentuk yaitu sebuah produk dapat meliputi ukuran, atau struktur.
2. Fitur yaitu melengkapi fungsi dasar produk.
3. Penyesuaian yaitu menyesuaikan dengan keinginan konsumen.
4. Kualitas kerja yaitu dimensi yang paling penting ketika perusahaan menerapkan sebuah model dan memberikan kualitas yang tinggi.
5. Kualitas kesesuaian yaitu produk yang memenuhi spesifikasi yang dijanjikan.
6. Ketahanan yaitu ukuran atau umur suatu produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan.
7. Keandalan yaitu memungkinkan tidak mengalami kegagalan pada produk
8. Kemudahan perbaikan yaitu kemudahan ketika produk tidak berfungsi.
9. Gaya yaitu penampilan dan rasa produk tersebut.
10. Desain yaitu mempengaruhi tampilan atau fungsi produk berdasarkan kebutuhan

### Pengertian Lokasi

Menurut Kasmir dalam Dwiyanono (2019: 129), mengemukakan bahwa: “Lokasi merupakan tempat melayani konsumen atau dapat pula diartikan sebagai tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya”.

Selain itu Ujang Suwarman dalam Sutanto dan Instiatin (2018: 99), mengemukakan bahwa:

“Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja”

Sedangkan Tjiptono (2017:106), mengemukakan bahwa:

“Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya”.

Dari pemaparan para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan tempat kegiatan usaha dilaksanakan yang berpengaruh pada keinginan konsumen untuk datang berbelanja.

### Indikator Lokasi

Adapun indikator yang mempengaruhi lokasi menurut Tjiptono (2017: 68) diantaranya :

1. Keterjangkauan lokasi : lokasi yang dilalui mudah di jangkau sarana transportasi.
2. Kelancaran akses menuju lokasi : tidak terdapat masalah yang dihadapi untuk menjangkau lokasi.
3. Kedekatan lokasi : jarak yang perlu di tempuh untuk mengunjungi lokasi usaha.

### Pengertian Persepsi Harga

Lee dan Lawson-Body (2016: 132) mengemukakan bahwa "Persepsi harga merupakan penilaian konsumen dan bentuk emosional yang terasosiasi mengenai apakah harga yang ditawarkan oleh penjual dan harga yang dibandingkan dengan pihak lain masuk akal, dapat diterima atau dapat dijustifikasi".

Selanjutnya Amryyanti et al. (2015: 89) mendefinisikan bahwa:

"Persepsi harga sebagai penilaian bagi suatu hasil dan bagaimana suatu proses nantinya mendapatkan suatu hasil yang dapat diterima dan pastinya dalam suatu kewajaran dalam arti lain masuk akal".

Menurut Schiffman dan Kanuk (2016:137) memaparkan bahwa

"Persepsi merupakan suatu proses seseorang individu dalam menyeleksi, mengorganisasikan, dan menterjemahkan stimulus informasi yang datang menjadi suatu gambaran yang menyeluruh, persepsi harga ialah bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah dan adil".

Dari penuturan para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen sebagai balas jasa dari produk yang dapat konsumen manfaatkan nilainya.

### Indikator Persepsi Harga

Adapun indikator dari Persepsi harga untuk konsumen menurut Kotler dan Armstrong (2019: 69) adalah sebagai berikut :

1. Harga terjangkau oleh kemampuan daya beli konsumen, artinya harga yang ditetapkan oleh perusahaan sesuai dengan kemampuan konsumen.
2. Kesesuaian antara harga dengan kualitas, artinya harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas yang diberikan.
3. Harga memiliki daya saing dengan produk lain yang sejenis, artinya harga yang telah ditetapkan mampu bersaing dengan produk dari perusahaan lain dan mampu bersaing menarik konsumen.

### Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2017:35), mengemukakan bahwa:

"Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil sebuah produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan".

Selanjutnya Park dalam Irawan (2021: 54), mengemukakan bahwa: "Kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah di konsumsi".

Sedangkan menurut Bahrudin dan Zuhro dalam Efnita (2019: 98), mengemukakan bahwa:

"Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa".

Dari pemaparan para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan perasaan yang dirasakan oleh konsumen atau pelanggan baik itu perasaan senang atau kecewa yang merupakan pengalaman ketika konsumen tersebut membeli sebuah produk.

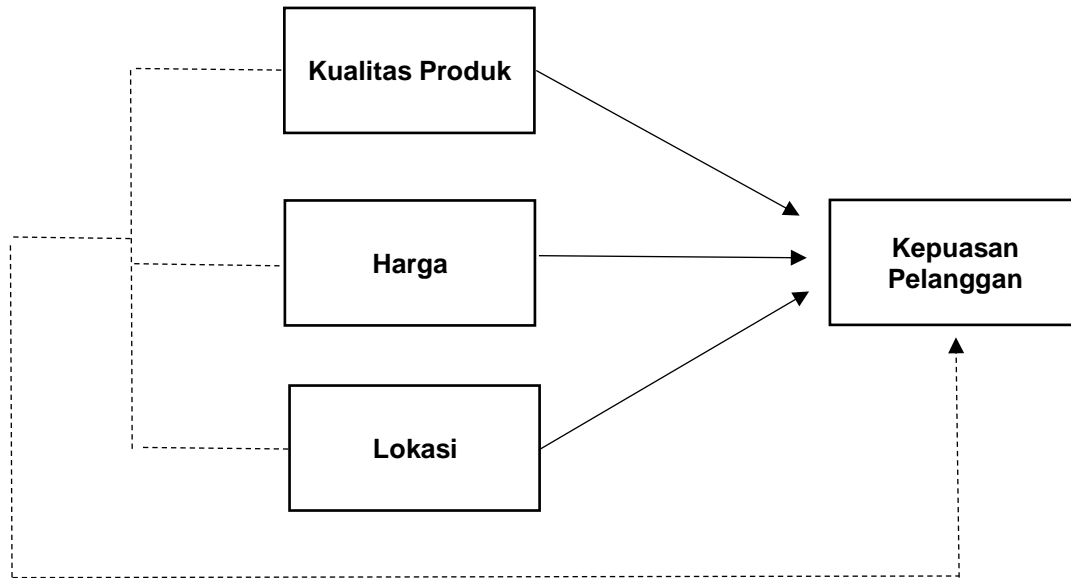
### Indikator Kepuasan Pelanggan

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2017:152) indikator kepuasan konsumen terdiri dari:

1. Kesesuaian Harapan

- Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
2. Minat Berkunjung Kembali  
Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
  3. Kesediaan Merekomendasi  
Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

Adapun paradigma penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Keterangan :

- > : Simultan  
—————> : Parsial

**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

## HIPOTESIS

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat di ambil suatu hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga terdapat pengaruh simultan kualitas produk, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Lemona Bakery Tasikmalaya.
2. Diduga terdapat pengaruh parsial kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Lemona Bakery Tasikmalaya;
3. Diduga terdapat pengaruh parsial Persepsi Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Lemona Bakery Tasikmalaya;
4. Diduga terdapat pengaruh parsial lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Lemona Bakery Tasikmalaya.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan metode kausalitas dan pendekatan survei. Menurut Sugiyono (2019: 17) "Penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi

atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

### Lokasi Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan di pabrik dan Toko Kue Lemona di Jalan Perintis Kemerdekaan, No. 115A, Sambong Jaya, Kec. Mangkubumi, Tasikmalaya, Jawa Barat, 46181, Indonesia.

### Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian menggunakan:

1. Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari bahan bacaan yang relevan dengan masalah yang diteliti berupa buku-buku dan literatur-literatur lainnya yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.
2. Studi lapangan merupakan pengumpulan data yang diperoleh secara langsung dengan melakukan penelitian pada objek penelitian.
3. Wawancara merupakan teknik yang dilakukan dengan cara meminta penjelasan langsung kepada pihak yang berkaitan.
4. Kuesioner atau Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara penyebaran sejumlah daftar pertanyaan kepada responden, kemudian responden tersebut memberikan jawabannya dengan cara memilih jawabannya yang telah tersedia.

### Metode Analisis Data

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda karena ingin mengetahui hubungan tiga variabel independen (Kualitas Produk, Lokasi dan Harga) terhadap satu variabel dependen (Kepuasan Pelanggan). Persamaan analisis regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

keterangan:

- Y : Kepuasan Pelanggan  
 X1 : Kualitas Produk  
 X2 : Lokasi  
 X3 : Harga  
 a : Konstanta  
 b1b2 : Koefisien Regresi  
 e : Kesalahan baku estimasi regresi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		UnstandardizedResidual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.22621887
	Absolute	.069
Most Extreme Differences	Positive	.069
	Negative	-.048
Kolmogorov-Smirnov Z		.688
Asymp. Sig. (2-tailed)		.730

Dari output yang didapat dari hasil pengujian menggunakan SPSS versi 20 menggunakan uji statistic Kolmogrov Smirnov didapatkan hasil signifikansi dari uji normalitas sebesar 0,730 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas terdistribusi normal

## Uji Multikolinearitas

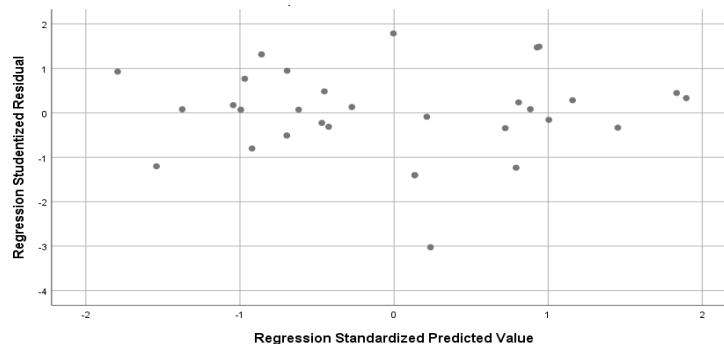
Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
(Constant)	6.931	1.932		3.588	.001			
Kualitas Produk 1	.032	.102	.040	.313	.002	.221	4.529	
Lokasi	1.288	.096	1.085	13.438	.000	.548	1.825	
Harga	.629	.130	.662	4.846	.000	.191	5.234	

Dari hasil pengujian SPSS versi 20 variabel Kualitas Produk menunjukkan nilai VIF 4,529 < 10, Variabel lokasi menunjukkan nilai VIF dan variabel lokasi menunjukkan nilai VIF 1,825 < 10, dan tolerance variabel harga menunjukkan nilai 5,234 > 0,10 sehingga dapat disimpulkan penelitian ini bebas dari multikolinearitas.

## Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar yang terlampir di halaman 132, dapat diketahui bahwa titik-titik yang dihasilkan membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa regresi mengalami heteroskedastisitas atau heterokedastisitas terpenuhi.

## Uji Autokorelasi

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.811 <sup>a</sup>	.657	.646	1.245	2.114

a. Predictors: (Constant), Harga, Lokasi, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari hasil pengujian SPSS versi 20 yang terlampir pada kolom Durbin- Watson (D-W) didapat nilai d sebesar 2,214 dalam arti lain angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak terdapat autokorelasi, maka uji autokorelasi dapat terpenuhi.

**Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**

Model	Coefficients <sup>a</sup>									
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	6.931	1.932		3.588	.001					
Kualitas Produk	.032	.102	.040	.313	.002	.111	.032	.019	.221	4.529
Lokasi	1.288	.096	1.085	13.438	.000	.664	.808	.803	.548	1.825
Harga	.629	.130	.662	4.846	.000	.101	.443	.290	.191	5.234

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 20 yang terlampir pada halaman 133, dapat dibuat persamaan regresi linier berganda penelitian sebagai berikut :

$$Y = 6,931 + 0,032x_1 + 1,288x_2 + 0,629x_3 + e$$

Dalam persamaan diatas, konstanta sebesar 6,931. Hal ini berarti jika tidak ada perubahan kualitas produk, lokasi dan harga yang mempengaruhi, maka kepuasan pelanggan sebesar 6,931. Persamaan regresi tersebut menyatakan bahwa variabel bebas perubahan kualitas produk, lokasi dan harga menunjukkan nilai positif, artinya memiliki korelasi yang positif. Maka dapat disimpulkan bahwa perubahan kualitas produk, lokasi dan harga berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan.

Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,032 adalah positif, artinya bila terjadi peningkatan 1 satuan variabel kualitas pelayanan dimana faktor-faktor lain konstan, akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,032. Nilai koefisien regresi variabel lokasi sebesar 1,288 adalah positif, artinya bila terjadi peningkatan 1 satuan variabel lokasi dimana faktor-faktor lain konstan, akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 1,288, Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,629 adalah positif, artinya bila terjadi peningkatan 1 satuan variabel harga dimana faktor-faktor lain konstan, akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,629.

### Hasil Uji Simultan

**Tabel 5. Hasil Korelasi dan Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 <sup>a</sup>	.657	.646	1.245

Nilai koefisien korelasi (R) dari hasil perhitungan pada tabel Model Summary) diperoleh nilai sebesar 0,811 artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel Kualitas produk (X1), Lokasi (X2), dan Harga (X3), terhadap Kepuasan pelanggan (Y).

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 20 (diperoleh R<sup>2</sup> (koefisien determinasi) sebesar 0,657, dari angka tersebut dapat dicari besarnya koefisien determinasi yang menunjukkan besar pengaruh Kualitas produk, Lokasi dan Harga, terhadap Kepuasan pelanggan Lemona Bakery Tasikmalaya sebesar 65,7% dan 34,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

**Tabel 6. Hasil Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	285.382	3	95.127	61.349	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	148.858	96	1.551		
Total	434.240	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Lokasi, Kualitas Produk

Untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh kualitas produk, lokasi dan persepsi harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Lemona Bakery Tasikmalaya dilakukan uji F. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS versi 20 (lampiran) diperoleh nilai Sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ . Demikian Tolak  $H_0$  (Terima  $H_a$ ). Hal ini berarti kualitas produk, lokasi dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan variabel yang paling dominan mempengaruhi variabel Kepuasan pelanggan yaitu variabel lokasi Artinya, semakin baik lokasi Lemona Bakery maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

## Hasil Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	6.931	1.932		3.588	.001					
Kualitas Produk	.032	.102	.040	.313	.002	.111	.032	.019	.221	4.529
Lokasi	1.288	.096	1.085	13.438	.000	.664	.808	.803	.548	1.825
Harga	.629	.130	.662	4.846	.000	.101	.443	.290	.191	5.234

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Signifikansi pengaruh kualitas pelanggan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat dari nilai Sig. 0,002 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

Signifikansi pengaruh lokasi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat dari nilai Sig. 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

Signifikansi pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat dari nilai Sig. 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang diselaraskan dengan permasalahan yang diteliti, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berada pada klasifikasi baik, hal ini berarti Kualitas produk Lemona Bakery berada ditingkat baik. Selain itu lokasi pada Lemona Bakery berada pada klasifikasi baik, hal ini berarti lokasi produk Lemona Bakery berada ditingkat baik. Selanjutnya, harga di Lemona Bakery berada pada klasifikasi baik, hal ini berarti harga produk Lemona Bakery berada ditingkat baik, dan kepuasan pelanggan Lemona Bakery berada pada klasifikasi baik, hal ini berarti kepuasan pelanggan berada ditingkat baik.
2. Kualitas produk, lokasi dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan di Toko Kue Lemona Bakery dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, lokasi dan harga.
3. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Toko Kue Lemona Bakery.
4. Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Toko Kue Lemona Bakery.
5. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Toko Kue Lemona Bakery.

### Saran

Berdasarkan simpulan diatas berikut ini dikemukakan beberapa saran, diantaranya:

1. Bagi Perusahaan
  - a. Dilihat dari variabel kualitas produk, lokasi dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lemona Bakery oleh karena itu perusahaan harus mempertahankan dan faktor tersebut untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan
  - b. Dilihat dari beberapa indikator di setiap variabel memiliki nilai rendah, perusahaan lemona bakery harus memperhatikan harga yang ditetapkan dengan kualitas produk agar konsumen dapat

- lebih mempercayai dan menjadi pelanggan yang loyal pada Lemona Bakery.
- c. Diharapkan toko kue Lemona Bakery di masa yang akan datang dapat terus meningkatkan kualitas produk, memperhatikan lokasi serta harga jual yang ditetapkan guna untuk mempertahankan kepuasan pelanggan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk dapat meneliti dengan menggunakan variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti dalam penelitian ini atau menambah variabel lain seperti kualitas pelayanan, minat beli, promosi, dan lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurhaman, Muhidin dan Somantri, A. 2014. Dasar-dasar Metode Statistika Untuk Penelitian. Bandung : Pustaka Setia.
- Agustine, D. dan Wibowo, E. A. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Multilindo Utama Batam. *Jurnal Equilibria*: Vol. 3(2).
- Albert, Kurniawan. 2014. Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep dan Praktik Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta
- Barus, Y. Y. dkk. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*: Vol 20(1).
- Basari Saidani dan Samsul Arifin. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*: Vol 3(2).
- Dwiyantono, T. N. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* : Vol. 8(11).
- Efnita, T. 2017. Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. *Jurnal AdBispreneur*: Vol, 2(2).
- Firdiyansyah, I. 2017. Pengaruh, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektornik REKAMAN (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo)*:Vol 1(1).
- Hanifuddin, F. dkk. 2017. Analisis Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Ayam Geprek Djogjakarto. *Journal Of Managemen*: Vol. 3(2).
- I Made Laut Mertha Jaya. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.
- Ismail Razak. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* : Vol. 7(2).
- Jaya, W., Arifin, R. dan Slamet, A.R. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Family Kopi Malang. e- *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*: Vol. 1(3).
- Jefry, Agus Supandi Soegoto dan Sjendry Serulo R. Loindong. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal EMBA*: Vol. 2(3).
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2019. Prinsip-prinsip Marketing, Edisi Ke Tujuh. Jakarta : Penerbit Salemba
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2017. Manajemen Pemasaran Edisi 3. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ligia Pratistia W, Lisbeth Mananeke dan Janjte Sepang 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA*: Vol.2(3).
- Malik Ibrahim dan Siti Marjiam 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* : Vol. 4(1).
- Maramis. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal EMBA* : Vol. 6, No. 3.
- Mimi, S.A. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Asy-Syukriyyah* : Vol. 17(2).
- Sofyan, C.dkk. 2019. Pengaruh, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada What's Up Cafe Manado. *Jurnal EMBA*: Vol, 7(3).
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif . Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Sutanto, P. Santoso, S. dan Istiatin. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Prima Boyolali. *Indonesian Economics Business and Management Research*.: Vol 1(1).
- Tjiptono, Fandy. 2017. Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta : Penerbit Andy.
- Widodo, A. 2017. Metodologi Penelitian. Depok : Rajagrafindo Persada