



Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Receh Coffee

Anhar¹, Intisari Haryanti², Nur Khusnul Hamidah³

Manajemen Pemasaran, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima

E-mail: anhararajak.stiebima20@gmail.com,

Abstrak

Kebanyakan masyarakat menyukai usaha yang mampu memenuhi dan mengikuti keinginannya yaitu usaha yang mudah, cepat, dan tentunya ekonomis sesuai dengan kualitas dan harga yang ditawarkan. Selain itu, lokasi yang strategis juga akan memudahkan bagi pengusaha untuk melakukan distribusi dan pemasaran kepada publik. Banyaknya yang berjualan atau buka kedai kopi pada masyarakat berdampak pada persaingan kedai atau kafe yang memang menjual kopi untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada kopi. Fenomena saat ini tentang coffee adalah aksesnya yang sulit karena jarang dilalui, dan menggunakan satu jalur, kurangnya lahan parkir, dan kurangnya pencahayaan dan tidak adanya ruangan *indoor* untukantisipasi saat cuaca hujan. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen receh coffee di Kota Bima. Populasinya adalah seluruh konsumen yang pernah membeli di coffee receh sedangkan jumlah sampelnya adalah sejumlah 50 orang. Teknik samplingnya menggunakan purposive sampling, dengan kriteria konsumen yang pernah berkunjung dan membeli minimal dua kali. Data diperoleh dengan cara observasi awal, kuesioner dan dari studi pustaka, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara simultan. Sedangkan secara parsial, hanya lokasi yang berpengaruh. Untuk fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Lokasi, Fasilitas, Kepuasan Konsumen

1. Pendahuluan

Di masa sekarang ini masyarakat telah mengikuti perubahan gaya hidup, misalnya hidup dalam minum kopi dari waktu ke waktu semakin meningkat. Kopi adalah salah satu jenis minuman secara umum yang digemari oleh masyarakat khususnya anak-anak muda dan telah menjadi kebiasaan dari hidup. Kopi mudah ditemukan, mulai dari warung pinggir jalan, kafe, hingga restoran menyediakan kopi dengan berbagai jenis dan harga yang bervariasi. Coffeshop biasa disebut kedai kopi yang banyak sekali bertebaran dimana mana. Minum kopi kini sudah menjadi hal yang biasa di kota besar. Dengan banyaknya yang berjualan atau buka kedai kopi pada masyarakat berdampak pada persaingan kedai atau kafe yang memang menjual kopi untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada kopi. Saat ini minum kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern (Zulkarnaini et al., 2023).

Maka dari itu kebanyakan masyarakat menyukai usaha yang mampu memenuhi dan mengikuti keinginannya yaitu usaha yang mudah, cepat, dan tentunya ekonomis sesuai dengan kualitas dan harga

yang ditawarkan. Selain itu, lokasi yang strategis juga akan memudahkan bagi pengusaha untuk melakukan distribusi dan pemasaran kepada publik. Receh coffee merupakan bidang usaha food & beverage yang beralamat Manggemaci, belakang paruga na'e kecamatan Rasa na'e Barat Kota Bima Nusa Tenggara Barat. Mudah akses ke lokasi usaha membuat konsumen tidak bingung dan berpikir panjang untuk berkunjung ke tempat usaha disamping itu, tempat usaha yang strategis juga akan berpengaruh terhadap rantai pasok sehingga memudahkan melakukan distribusi persediaan dan menekan biaya pengangkutan. (Sari & Hidayat, 2020).

Faktor lainnya yang juga penting untuk membangun sebuah usaha yang tentunya dapat meningkatkan keputusan pembelian pada usaha yang di jalankan yaitu mengenai fasilitas yang disediakan dalam usaha tersebut. Fasilitas merupakan salah satu aspek penunjang dari sebuah usaha. Fasilitas setiap usaha memiliki perbedaan yang signifikan antara usaha konvensional dan usaha online. Dalam usaha konvensional, beberapa fasilitas diperlukan untuk meningkatkan keputusan konsumen untuk berbelanja

ditoko tersebut diantaranya fasilitas pelayanan yang memadai pada saat membeli hingga pasca membeli yang akan memberikan kepuasan tersendiri pada konsumen. Selain itu berbagai fasilitas yang menunjang tentunya akan meningkatkan keputusan pembelian. (Sari & Hidayat, 2020).

Dengan demikian akan timbul persaingan semakin ketat, baik dalam lokasi dan fasilitas yang diberikan, misalnya dengan bersikap sopan dan baik kepada pelanggan. Selain itu juga memberikan fasilitas yang berupa tempat yang nyaman dan koneksi internet yang cepat dapat memberikan rasa puas pada pelanggan. Hal utama yang harus diprioritaskan oleh wirausahawan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan. Wirausahawan harus mengetahui hal apa yang dianggap penting oleh para pelanggan dan untuk menjaga kinerja tetap baik yang dapat memuaskan pelanggan (Sudrajad & Suja'i, 2023).

Setelah peneliti melakukan observasi ditemukan beberapa permasalahan seperti, kurangnya lahan parkir, banyaknya jalan-jalan berbelok sehingga tidak jarang konsumen susah untuk menemukan lokasi, dan kurangnya pencahayaan dan tidak adanya ruangan indoor untukantisipasi saat cuaca hujan. Permasalahan-permasalahan diatas mendasari peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Recch Coffee".

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian Asosiatif yaitu suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019).

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang di amati (Sugiyono, 2013). Sedangkan menurut Purwanto (2018) instrumen penelitian pada dasarnya alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner dengan skala likert, dalam pernyataan dengan memilih salah satu alternative jawaban yang dianggap paling tepat sesuai dengan tabel dibawah ini:

Tabel1. Instrumen Penelitian

| No | Keterangan | Skor |
|----|---------------------------|------|
| 1. | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |
| 2. | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 3. | Biasa Saja/Netral (N) | 3 |
| 4. | Setuju (S) | 4 |
| 5. | Sangat Setuju (SS) | 5 |

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian adalah semua konsumen yang pernah membeli di Recch Coffee yang jumlahnya tidak diketahui pasti jumlahnya. Sampel penelitian menurut (Sugiyono, 2016) Mengungkapkan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dikarenakan populasinya tidak diketahui secara pasti.

Menurut Aminullah et al. (2016). Jumlah sampel penelitian asosiatif sebanyak 50 orang. Dengan teknik penentuan sampel yaitu purposive sampling dengan kriteria seperti umur 17 tahun ke atas karena dianggap sudah mampu menjawab pertanyaan pada kuesioner, pernah melakukan pembelian di Recch Coffee. Lokasi penelitian di Recch Coffee yang beralamat, Menggemaci belakang paruga na'e Kota Bima Kecamatan. Rasanae Barat Kota Bima.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2016).

2. Kuesioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara penyebaran angket yang berisi sejumlah pernyataan, dimana setiap jawaban dari pertanyaan tersebut memiliki bobot nilai yang berbeda (Sugiyono, 2016).

3. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah metode pengumpulan data dengan mencari informasi lewat buku, majalah, koran, dan literatur lainnya yang bertujuan untuk membentuk sebuah landasan teori (Arikunto, 2016).

Teknik analisis data dengan melakukan:

1. Uji Validitas

Adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. (Ghozali, 2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Biasanya syarat minimum untuk dianggap valid dan memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,300$ atau lebih. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan

menghasilkan data yang sama. Syarat untuk menyatakan bahwa butir instrument dinyatakan reliabel biasanya apabila nilai Cronbach's Alfa sama dengan atau lebih besar dari 0,6 dan apabila nilainya berada dibawah 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel atau kurang dapat dipercaya (Azwar, 2016).

3. Uji Asumsi Klasik

Adalah persyaratan statistic yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis Ordinary Leas Square (OLS).Asumsi-asumsi tersebut diantaranya :

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal sehingga layak dilakukan pengujian statistik. Pada penelitian ini, uji yang digunakan untuk menguji kenormalan adalah uji kolmogorov-smirnov dengan melihat data residualnya apakah berdistribusi normal atau tidak.

b) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016) "Untuk mendeteksi ada tidaknya Multikolonieritas didalam sebuah regresi dapat dicermati hal berikut: Jika nilai tolerance-nya > 0,1 dan VIF < 10 maka tidak terjadi masalah Multikolonieritas dan jika nilai toelence-nya < 0,1 dan VIF > 10 maka terjadi Multikolonieritas.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji heteroskedasitas dapatdilibatkan dengan menggunakan metode Glejer yaitu dengan carameregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residual. Dengan bantuan Program SPSS for Windows

d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya).

4. Uji Regresi linear berganda

Merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Adapun persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Konsumen

A : Konstanta

β_1, β_2 : Koefisien Pengaruh Variabel X1, X2

X1 : Lokasi
 X2 : Fasilitas
 e : Error

5. Koefisien korelasi

Adalah sebuah nilai yang diperlukan untuk mengukur derajat keeratan hubungan antara dua variabel. Atau koefisien yang mengukur kuat tidaknya hubungan antara variabel X dan Y. Dalam korelasi terdapat 2 arah yaitu searah dan tidak searah.

6. Koefisien determinasi

Adalah suatu indikator yang digunakan untuk menggambarkan berapa banyak variasi yang dijelaskan dalam model. Berdasarkan R2 dapat diketahui tingkat signifikansi atau kesesuaian hubungan antara variabel bebas dan variabel tak bebas dalam regresi linier.

7. Uji T

Uji persial (uji t) yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabelbebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terkaitnya yang dianggap konstan.

8. Uji F

Uji serentak (uji f) yaitu uji yang melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terkait

3. Hasil dan Pembahasan

1. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

| Label | Item | R hitung | R tabel | Ket |
|----------------|------|----------|---------|-------|
| Lokasi (X1) | 1 | 0,582 | 0,300 | Valid |
| | 2 | 0,518 | 0,300 | Valid |
| | 3 | 0,665 | 0,300 | Valid |
| | 4 | 0,499 | 0,300 | Valid |
| | 5 | 0,551 | 0,300 | Valid |
| | 6 | 0,349 | 0,300 | Valid |
| | 7 | 0,524 | 0,300 | Valid |
| | 8 | 0,560 | 0,300 | Valid |
| Fasilitas (X2) | 1 | 0,399 | 0,300 | Valid |
| | 2 | 0,553 | 0,300 | Valid |
| | 3 | 0,578 | 0,300 | Valid |
| | 4 | 0,398 | 0,300 | Valid |
| | 5 | 0,625 | 0,300 | Valid |
| | 6 | 0,647 | 0,300 | Valid |
| | 7 | 0,581 | 0,300 | Valid |
| | 8 | 0,552 | 0,300 | Valid |
| | 1 | 0,623 | 0,300 | Valid |
| | 2 | 0,662 | 0,300 | Valid |
| | 3 | 0,650 | 0,300 | Valid |
| | 4 | 0,438 | 0,300 | Valid |
| | 5 | 0,601 | 0,300 | Valid |

| | | | | |
|----------|---|-------|-------|-------|
| Kepuasan | 6 | 0,561 | 0,300 | Valid |
| Konsumen | 7 | 0,363 | 0,300 | Valid |
| (Y) | 8 | 0,601 | 0,300 | Valid |

Sumber Data: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 2 diatas, hasil pengujian validitas terhadap setiap butir pernyataan instrumen penelitian pada variabel kualitas pelayanan, promosi dan keputusan pembelian dapat dikatakan semua item pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini adalah valid karena berada diatas standar validitas yaitu lebih dari 0,300.

2. Uji Reabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas

| Variabel | Jumlah item | Cronbach's | Standar | Ket |
|-------------------|-------------|------------|---------|----------|
| Lokasi | 8 | 0,616 | 0,600 | Reliabel |
| Fasilitas | 8 | 0,636 | 0,600 | Reliabel |
| Kepuasan Konsumen | 8 | 0,668 | 0,600 | Reliabel |

Sumber data: Data Primer Diolah, 2024

Pada table 3 diatas yaitu hasil uji reliabilitas terhadap item pernyataan pada variabel Budaya organisasi (X1), Kerjasama tim (X2) dan Motivasi kerja (Y) dengan nilai *cronbach's Alpha* sudah mencapai atau lebih dari standar yang ditetapkan yaitu 0,600 artinya semua item pernyataan dari kuesioner dinyatakan reliabel atau akurat untuk digunakan dalam perhitungan penelitian.

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Tabel 6. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|------------------------|---------|-------------------------|
| N | | 62 |
| Normal Parameters | | |
| Mean | | .0000000 |
| Std. Deviation | | 2.11351664 |
| Most | Extreme | Absolute |
| | | .089 |
| Differences | | |
| Positive | | .089 |
| Negative | | -.089 |
| Test Statistic | | .089 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 |

Sumber Data: Data Primer diolah Spss v29 2024
 Gambar diatas menunjukkan bahwa grafik normal P-P *Regression Standardized Residual* menggambarkan penyebaran data disekitar garis diagonal dan penyebaran mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut, Maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi Normalitas.

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov diatas, terlihat nilai *Asymp.Sig* memiliki nilai > 0.05 ($0.200 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara Normal dan model regresi tersebut layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen berdasarkan masukan variabel independen yaitu Lokasi dan Harga. Maka data penelitian layak digunakan sebagai penelitian.

b) Uji Multikoleniaritas

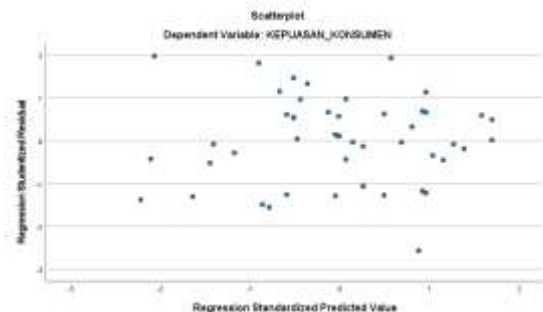
Tabel 5. Hasil Uji Multikoleniaritas

| Model | Tolerance | VIF |
|--------------|-----------|-------|
| 1 (Constant) | | |
| LOKASI | .738 | 1.355 |
| FASILITAS | .738 | 1.355 |

Sumber Data: Data Primer diolah Spss v29 2024

Berdasarkan nilai *Collinearity Statistic* dari output diatas, diperoleh nilai *Tolerance* untuk variabel Lokasi (X1), Fasilitas (X2) adalah $0,738 > 0,10$ sementara nilai VIF untuk variabel Lokasi (X1) dan Fasilitas (X2) ($1.355 < 10.00$). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Multikoleniaritas dalam model regresi.

c) Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heterokedastisitas (Sumber: data primer diolah Spss v29 2024)

Grafik Scatterplot yang ditampilkan untuk uji heterokedastisitas menampakkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel Kepuasan Konsumen (Y).

d) Uji Autokorelasi

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi

Sumber : data primer diolah SPSS v29 2024

| Model | Change Statistics | | | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|---------------|---------------|
| | R Square Change | F Change | Sig. F Change | |
| 1 | .433 | 17.548 | .000 | 2.049 |

Dari tabel 7 diatas, diperoleh nilai durbin watson sebesar 2.049 Nilai Durbin Watson ini memenuhi kriteria $du < DW < 4-du$, maka $1.633 < 2.049 < 2,367$ yang artinya tidak terjadi autokorelasi.

4. Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|-------|------|
| | B | Std. Error | | |
| 1 (Constant) | 10.632 | 4.092 | 2.598 | .013 |
| LOKASI | .508 | .134 | 3.788 | .000 |
| FASILITAS | .217 | .110 | 1.974 | .054 |

Sumber: data primer diolah Spss v29 2024

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 10.632 + 0.508X_1 + 0.217X_2 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 10.632 dapat diartikan apabila variabel Lokasi dan Fasilitas dianggap nol, maka kepuasan Konsumen akan sebesar 10.632
- Nilai koefisien beta pada Lokasi sebesar 0.508 artinya setiap perubahan variabel Lokasi (X_1) sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan Kepuasan Konsumen sebesar 0.508 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap. Peningkatan satu satuan pada variabel Lokasi akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,508 satuan.
- Nilai koefisien beta pada variabel Fasilitas sebesar 0,217 artinya setiap perubahan Fasilitas (X_2)

sebesar satu satuan, maka akan mengakibatkan perubahan Kepuasan Konsumen sebesar 0,217 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap. Peningkatan satu satuan pada Fasilitas akan meningkatkan Kepuasan Kosumen sebesar 0,217 satuan.

5. Koefisiensi korelasi dan uji determinasi

Tabel 9. Hasil Uji

| Model | R | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .658 ^a | .433 | .408 |

Koefisien Korelasi dan Uji Determinasi
 Sumber: data primer diolah Spss v29 2024

Dari hasil tersebut dapat diperoleh nilai R adalah sebesar 0,658. Hasil tersebut menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara Lokasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan konsumen. Untuk dapat memberikan interpretasi terhadap kuatnya pengaruh itu maka dapat digunakan pedoman seperti pada tabel berikut :

Tabel 10. Pembanding Tingkat Hubungan Koefisien Korelasi

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,00 – 0,199 | Sangat Rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,80 – 1,000 | Sangat Kuat |

Sumber : Sugiyono 2016

Jadi kolerasi hubungan antara Lokasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,658 berada pada interval 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan Kuat.

Sedangkan besarnya pengaruh antara Lokasi dan Fasilitas terhadap kepuasan konsumen yang besarnya pengaruh ini dapat dinyatakan secara kuantitatif dengan pengujian koefisien determinasi lalu diperoleh nilai Koefisien Determinasi (R Square) sebesar 0,433 atau 43,3 %, sedangkan sisanya 57,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

6. Hasil uji t

Tabel 11. Hasil Uji t

| Model | Unstandardized Coefficients | Std. Error | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|-------|------|
| | | | | |
| 1 (Constant) | 10.632 | 4.092 | 2.598 | .013 |
| LOKASI | .508 | .134 | 3.788 | .000 |
| FASILITAS | .217 | .110 | 1.974 | .054 |

Sumber: Data Primer Diolah SPSS v29 ,2024

H1 : Lokasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan konsumen Pada Receh Coffee Kota Bima.

Hasil statistik uji t untuk variabel Lokasi diperoleh nilai t hitung sebesar 3.788 dengan nilai t tabel sebesar 1.675 ($3.788 > 1.675$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Lokasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan konsumen Pada Receh Coffee Kota Bima.”

Diterima

H2 : Fasilitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan konsumen Pada Receh Coffee Kota Bima

Hasil statistik uji t untuk variabel Fasilitas diperoleh nilai t hitung sebesar 1.974 dengan nilai t tabel sebesar 1.675 ($1.974 > 1.675$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,054 lebih besar dari 0,05 ($0,054 < 0,05$) maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Fasilitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan konsumen Pada Receh Coffee Kota Bima”

Ditolak

7. Hasil uji f

| ANOVA ^a | | | | | |
|--------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 Regression | 167.898 | 2 | 83.949 | 17.548 | .000 ^b |
| Residual | 220.061 | 46 | 4.784 | | |
| Total | 387.959 | 48 | | | |

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), FASILITAS, LOKASI

Tabel 12. Hasil Uji f

Sumber: Data Primer Diolah SPSS v29 ,2024

H3 : Lokasi dan Fasilitas Berpengaruh Signifikan secara simultan Terhadap Kepuasan konsumen pada Receh Coffee Kota Bima

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 17.548 dengan nilai F tabel sebesar 4,091 ($17.548 > 4,091$) dengan signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “Lokasi dan Fasilitas Berpengaruh Signifikan secara simultan Terhadap Kepuasan konsumen pada Receh Coffee Kota Bima ”

Diterima.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dapat peneliti simpulkan dalam penelitian ini adalah Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Receh Coffee Kota Bima. Fasilitas berpengaruh positif tapi dan tidak signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Receh Coffee Kota Bima. Lokasi dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen receh coffee Kota Bima Semakin baik fasilitas yang diberikan maka Kepuasan Konsumen akan semakin meningkat sehingga sangat penting bisa memberikan fasilitas bagi pada pembeli rumah. Diharapkan pengembang dapat menyediakan fasilitas yang lebih memadai terlebih untuk fasilitas indoor, untuk

mengantisipasi jika terjadi hujan atau saat panas disiang hari. Sedangkan untuk lokasi, semakin bagus lokasi maka Kepuasan Konsumen akan semakin meningkat. Pemilihan lokasi-lokasi strategis untuk lokasi usaha berikutnya sangat penting untuk kelanjutan usaha dan kesuksesan usaha kita. Jika fasilitas dan lokasi semakin baik maka Kepuasan Konsumen akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminullah, L. M., Tandililing, E., & Sirait, J. (2016). Deskripsi Miskonsepsi Siswa pada Materi Gaya Gesek dengan Certainty of Response Index Termodifikasi. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 5(3).
- Andriawan, M. H. (2021). *Pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Paras Tour and Travel Batam*. Prodi Manajemen.
- Arianty, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2016). Reliabilitas dan validitas aitem. *Buletin Psikologi*, 3(1), 19–26.
- Ghozali, I. (2009). *Ekonometrika: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17* (Vol. 50). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (edisi 8)* (Vol. 96). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi Kesembilan*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariaji, G. U., & Iriyanto, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Warung Kopi Srintil di Temanggung). *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2).
- Imanulah, R., Andriyani, I., & Melvani, F. N. (2022). Pengaruh Citra Toko, Varian produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Pancious SOMA Palembang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 285–295.
- Kurniawan, D. D., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal of Management*, 5(1), 348–358.
- Purwanto, P. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah*. Staiapress.
- Sari, I., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faizs. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 1(2), 74–81.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Perumahan Kawana Emerald City Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Sudrajad, M. C. H., & Suja'i, I. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Warkop Sawah Kopi Desa Tanjungsari Boyolangu Tulungagung. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 1–12.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.CV.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi-4*. Andi Offset.
- Yuri, T., & Nurcahyo, R. (2013). *Manajemen Kualitas Total dalam Perspektif Teknik Industri*. PT. Indeks.
- Zulkarnaini, Z., Suhardi, Y., Burda, A., Darmawan, A., & Sasmitha, S. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Kedai Kopi Nikmat Rawamangun). *Jurnal Manajemen STEI*, 6(1), 1–8.