



Pengaruh Harga, Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Kediri

Ryan Wahyu Mukti¹, Desi Kristanti², Yudiarto Perdana Putra³, Nursamsu⁴

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri

email: ¹Ryan_WM@gmail.com, ²Desi_kristanti@unik-kediri.ac.id, ³Yudiarto_perdana@unik-kediri.ac.id, ⁴nur_samsu@uni-kediri.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Kediri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena data penelitiannya berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik serta telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu kongkrit, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Kediri. Sedangkan sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 50 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni dengan metode Purposive Sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket), observasi dan wawancara. Metode analisis data dengan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, dan koefisien determinasi (R^2). Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: (1) Pada variabel harga dapat ditarik kesimpulan apabila t hitung $>$ t tabel atau $2,342 > 1,677$ maka variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) Pada variabel lokasi dapat ditarik kesimpulan apabila t hitung $>$ t tabel atau $3,380 > 1,677$ maka variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) Pada variabel kualitas layanan dapat ditarik kesimpulan apabila t hitung $>$ t tabel atau $4,072 > 1,677$ maka variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (4) Berdasarkan uji secara bersama-sama (simultan), dapat disimpulkan dari f hitung $>$ f tabel atau $26,840 > 2,58$ bahwa variabel harga, lokasi dan pelayanan secara bersamaan (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti antara uji F hitung dan F tabel berpengaruh kuat dan saling keterkaitan antara variabel independen dan dependen, maksudnya harga yang ditawarkan murah, lokasinya strategis dan pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Harga, lokasi, pelayanan, kepuasan pelanggan

Artikel History:

Artikel masuk 1 April 2022

Artikel revisi 15 April 2022

Artikel diterima 30 April 2022

Keywords:

Maksimum 5 kata kunci

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, location and service on customer satisfaction at the Ayam Bakar Wong Solo Restaurant, Kediri. This research uses quantitative research methods because the research data is in the form of numbers and analyzed using statistics and has fulfilled scientific principles, namely concrete, objective, measurable, rational, and systematic. The population in this study were customers at the Wong Solo Grilled Chicken Restaurant, Kediri. While the sample in this study were 50 respondents. The sampling method used in this research is the purposive sampling method. Methods of data collection using a questionnaire (questionnaire), observation and interviews. The method of data analysis is the research instrument test, classical assumption test, multiple linear regression, and the coefficient of determination (R²). From the results of this study it can be concluded that: (1) On the price variable, it can be concluded that if $t \text{ count} > t \text{ table}$ or $2,342 > 1,677$ then the price variable has a significant effect on customer satisfaction. (2) In the location variable, it can be concluded that if $t \text{ count} > t \text{ table}$ or $3.380 > 1.677$, the location variable has a significant effect on customer satisfaction. (3) On the service quality variable, it can be concluded that if $t \text{ count} > t \text{ table}$ or $4,072 > 1,677$, the service variable has a significant effect on customer satisfaction. (4) Based on the joint test (simultaneous), it can be concluded from $f \text{ count} > f \text{ table}$ or $26,840 > 2.58$ that the price, location and service variables simultaneously (simultaneously) have a significant effect on customer satisfaction, which means between the $F \text{ test arithmetic}$ and $F \text{ table}$ have a strong influence and interrelationship between independent and dependent variables, meaning that the price offered is cheap, the location is strategic and the service affects customer satisfaction.

Keywords: Price, location, service, customer satisfaction.*findings.*

PENDAHULUAN

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan agar dapat bersaing dipasar. Pedagang harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dalam jasa, kepuasan pelanggan adalah sesuatu yang tidak dapat dianggap remeh begitu saja. Bahkan dalam perkembangan saat ini, teori kepuasan merupakan sebuah konsep yang sangat penting dalam studi pemasaran.

Kepuasan konsumen terkait erat dengan kesetiaan konsumen dalam menggunakan produk atau jasa yang kita tawarkan. Keberhasilan ini juga tak lepas dari bagaimana pelayanan perusahaan terhadap konsumen. Sekarang ini mutu pelayanan telah menjadi perhatian utama dalam dunia persaingan perdagangan. Mutu pelayanan dapat dijadikan sebagai salah satu strategi lembaga untuk menciptakan kepuasan konsumen. Lingkungan kerja merupakan tempat untuk saling berinteraksi menurut pola-pola tertentu, dan masing-masing memiliki karakteristik atau nilai-nilai tertentu dalam menciptakan suasana kerja yang kondusif dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan.

Kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Survive tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya. Kepuasan pelanggan bisa menjadi senjata andalan untuk tampil sebagai pemenang dalam persaingan tetapi bisa juga sebaliknya, di mana hal itu bisa menjadi bumerang yang dapat menghancurkan posisi perusahaan dalam dunia bisnis yang semakin kompleks.

Harga dan pelayanan yang ditawarkan pada pembeli dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi supply atau marketing channels. Tapi harga yang ditawarkan harus ajek dan sejalan dengan strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan. Ada banyak faktor yang harus dicermati dalam penentuan harga antara lain : melihatn apa yang dirasakan oleh konsumen dengan membeli harga yang mahal atau murah dari produk yang kita tawarkan, kebijakan harga purna jual yang telah ditentukan oleh perusahaan (Sukmawati 2017)

Harga ialah hal yang perlu untuk diperhatikan secara seksama. Karena dari harga ini akan mempengaruhi citra merek suatu produk atau jasa yang kita tawarkan. Jangan sampai harga yang kita tawarkan melampaui ekspektasi dari barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen atau sebaliknya. Bagi perusahaan harga tersebut akan memberikan hasil dengan profit untuk perusahaan (Haq 2018).

Pihak manajemen perusahaan dituntut untuk selalu memperbaiki pelayanannya dengan selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan dari pelanggannya. Bagaimana mereka merancang pelayanan mereka terhadap pelanggan sehingga para pelanggan selalu merasa terpuaskan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut. Semuanya itu perlu ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai profitabilitas yang tinggi sehingga perusahaan dapat terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntutan persaingan dan bisa menjadi pemimpin pasar yang tangguh.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang dan jasa yang dikehendaki oleh pelanggan sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan yang pada saat ini khususnya

dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Kualitas jasa yang baik adalah jasa yang diberikan kepada pelanggan secara lebih baik atau lebih tinggi kualitasnya dibandingkan dengan para pesaingnya. Cara mencapainya adalah dengan memenuhi atau bahkan melampaui kualitas jasa yang diharapkan oleh para pcalon pengguna barang atau jasa yang kita tawarkan.

Paham bahwa konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen sangat erat kaitannya dengan laba, perusahaan berjuang mencari cara untuk menaikkan kepuasan konsumen. Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Kediri berusaha untuk memberikan pelayanan prima agar kepuasan konsumennya bertambah. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Harga, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Kediri”.

TINJAUAN PUSTAKA

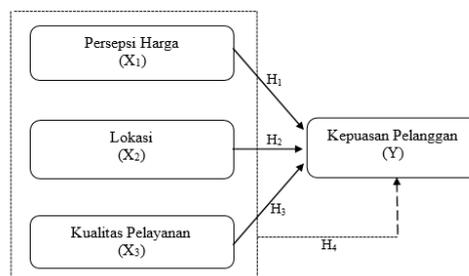
Berdasarkan uraian penelitian terdahulu, maka dirumuskan paradigma mengenai pengaruh pengaruh harga, lokasi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut:

Tabel 1. Penelitian terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Frída Setya Ayn Wulandari (2018)	Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Warseng Steak & Shake Semarang	1. Kepuasan Konsumen 2. Kualitas Pelayanan 3. Kualitas Produk 4. Persepsi Harga 5. Lokasi	Regresi linier berganda	Terdapat hubungan positif dan signifikan antara semua variabel-variabel independen dengan variabel dependen.
2	Julhan Bahar Nugroho (2017)	Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Kompoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal	1. Harga 2. Pelayanan 3. Kepuasan Konsumen	Regresi linier berganda	Variabel harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 36,39%
3	Eko Yusananto (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima di Kecamatan Gunungpati	1. Kualitas Pelayanan 2. Harga 3. Kepuasan Pelanggan	Regresi linier sederhana dan analisis jalur	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan secara parsial, ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dan ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan dengan nilai $F = 139,327.s$
4	Reza Fajar Setiawan (2018)	Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Swalayan di Kecamatan Petanahan	1. Harga, 2. Lokasi 3. Kualitas pelayanan 4. Kepuasan pelanggan	Regresi linier berganda	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
5	Dicha Dandan Jirwito (2019)	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Garansi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Gaya Remaja Industri Indonesia	1. Harga 2. Kualitas Pelayanan 3. Garansi 4. Kepuasan Pelanggan	Regresi linier dan koefisien	Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji simultan, terdapat pengaruh secara simultan antara variabel harga, kualitas pelayanan dan garansi terhadap kepuasan pelanggan PT Gaya Remaja Industri Indonesia

Sumber: Data Sekunder, 2021.

KERANGKA BERPIKIR



Dari kerangka diatas didapatkan hipotesis sebagai berikut :

Gambar. 1: Kerangka berpikir

Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H1 : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong

Solo Kediri.

2. H2 : Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Kediri.
3. H3 : Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Kediri.
4. H4 : Harga, lokasi dan pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Kediri.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Kediri, tepatnya berada di Ruko Stadion Brawijaya Blok D No. 1-4, Jl. Jenderal Ahmad Yani, Pesantren, Kediri. Telepon: 08113604477, dengan fokus penelitian pada pengaruh harga, lokasi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan waktu penelitian ini dimulai dari bulan Maret-April 2021.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini dengan menggunakan 50 responden yg diambil menggunakan non probability sampling, yaitu dimana tidak ada peluang yang sama. Penentuan responden sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

Teknik Pengumpulan data

Untuk pengumpulan datanya, dilakukan melalui : penyebaran kuesioner, observasi, dan wawancara (Seran 2020).

Teknik analisis

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk menguji variabel yang diteliti baik sendiri maupun bersama variabel yang lain.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji dilakukan guna menguji kenormalan suatu penelitian (Purwagusta 2018).

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi dalam penelitian baik atau tidak baik (Ghazalii dalam (Imran, Aditya, Irzad 2018).

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas (Imran, Aditya, Irzad 2018).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pada beberapa variabel (Arikunto 2014).

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

(Basuki 2017) menyatakan uji ini dipakai untuk melihat pengaruh pada variabel –variabel dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F berguna untuk melihat apakah ada pengaruh simultan pada seluruh variabel independen. (Basuki 2017).

Uji Koefisien Determinasi R Square (R²)

Uji ini untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan dari variabel-variabel yang diteliti (Basuki 2017).

HASIL & PEMBAHASAN

Setelah dilakukan pemilahan lagi dari jenis kelamin, ditemukan responden laki-laki sebanyak 54% dan responden perempuan sebanyak 46%. Dan pemilahan selanjutnya adalah dari tingkat pendidikan ditemukan hasil : SMA sebanyak 30%, D3 sebanyak 20%, dan S1 sebanyak 50%.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Dari uji validitas yang dilakukan pada variabel harga menunjukkan : pertanyaan 1 valid dengan nilai r-hitung 0,680, pertanyaan kedua valid dengan nilai r-hitung sebesar 0,827, pertanyaan ketiga valid dengan nilai r-hitung 0,820, pertanyaan keempat valid dengan nilai r-hitung 0,728. Pengujian pada variabel Lokasi (X₂) : pertanyaan kesatu valid dengan nilai 0,779, pertanyaan kedua valid dengan nilai 0,703, pertanyaan ketiga valid dengan nilai 0,792, dan pertanyaan keempat valid dengan nilai 0,596. Pada variabel Kepuasan Pelayanan (X₃) diperoleh hasil : pertanyaan kesatu 0,866, pertanyaan kedua 0,724, pertanyaan ketiga 0,804, pertanyaan kelima 0,804. Sedangkan yang terakhir dari variabel Y nya diperoleh hasil : pertanyaan 1 0,929, pertanyaan kedua valid dengan hasil 0,795, pertanyaan ketiga valid dengan hasil 0,724, pertanyaan keempat valid dengan hasil 0,904.

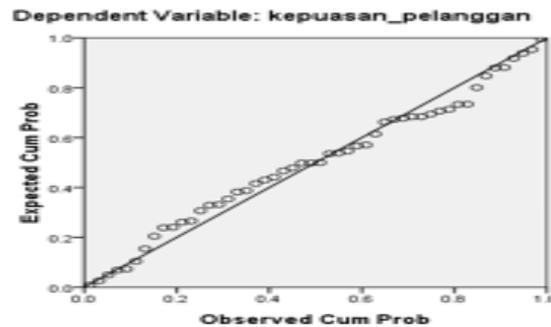
Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini variabel harga(x₁) menunjukkan hasil 0,764 > 0,06 jadi x₁ dinyatakan reliabel. Variabel lokasi(x₂) menunjukkan hasil 0,770 > 0,60 dapat dinyatakan x₂ reliabel. Variabel Pelayanan (X₃) menunjukkan hasil 0,798 > 0,60 dapat dinyatakan x₂ reliabel. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan hasil 0,695 > 0,60 dapat dinyatakan x₂ reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berikut ini hasil dari pengujian normalitas pada penelitian ini.



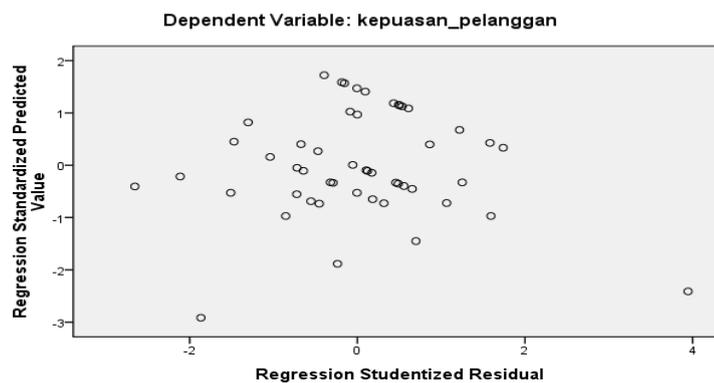
Gambar 1.1 : Normal P-Plot

Dari gambar diatas dapat menyatakan model normal, maka dapat diartikan hasil variabel x dan y dalam penelitian ini berpengaruh positif.

Uji Heteroskedastisitas

Berikut adalah gambar hasil pengujian uji heterokedastisitas.

Scatterplot



Gambar 1.2 : Heteroskedastisitas

Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas dari keempat variabel independen Harga (X1) 0,677, Lokasi (X2) 0,728 dan Pelayanan (X3) 0,819, nilai tersebut menunjukkan $> 0,10$. Nilai VIF keempat variabel independen Harga (X1) 1,4765, Lokasi (X2) 1,373, dan Pelayanan (X3) 1,220. Dari nilai tersebut dinyatakan bahwa penelitian ini tidak multikulinier.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berikut ini adalah analisis regresi linier berganda dari penelitian ini :

Tabel. 1.2 : Hasil Analisis Regresi Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.754	1.626		.463	.645		
Harga	.235	.100	.230	2.342	.024	.678	1.475
Lokasi	.270	.080	.321	3.380	.002	.728	1.373
Pelayanan	.304	.075	.364	4.072	.000	.819	1.220

Dependent Variable: kepuasan_pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2021).

Maka didapat perhitungannya pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 0,754 + 0,235X_1 + 0,270X_2 + 0,192X_3$$

Disini dapat dilihat diperoleh hasil X_1 sebesar 0,235. Sedangkan X_2 bernilai 0,270 dan X_3 bernilai 0,304. Ini artinya semua variabel dependent memiliki hubungan yang positif terhadap variabel terikat

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Dari hasil uji T dari penelitian ini :

Tabel 1.5: Hasil Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.754	1.626		.463	.645		
Harga	.235	.100	.230	2.342	.024	.678	1.475
Lokasi	.270	.080	.321	3.380	.002	.728	1.373
Pelayanan	.304	.075	.364	4.072	.000	.819	1.220

Dependent Variable: kepuasan_pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2021).

Hasil uji t pada penelitian ini menyatakan bahwa Dilihat dari tabel diatas menunjukkan bahwa Penetapan pelayanan (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel di atas di peroleh nilai t_{hitung} sebesar 4,072 dan nilai Sig 0,00. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,677. Perbandingannya t_{hitung} dengan t_{tabel} didapatkan hasil $4,072 > 1,677$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sedangkan Perbandingan nilai signifikansi yang di dapat $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan tingkat signifikansi yang lebih kecil daripada

tingkat kesalahan. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya Penetapan harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F

Setelah dilakukan uji F didapatkan hasil x_1 , x_2 , x_3 secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y. Dengan nilai sig. 0,000 dan nilai F hitung 26,840 lebih dari F tabelnya yaitu 2,58.

Uji R^2

Dari Uji R^2 didapatkan hasil sebesar 0,705 atau 70,5% dan sisanya dari variabel lain senilai 29,5% yang tidak ada pada penelitian ini.

Pembahasan

Variabel Harga (X_1)

Variabel harga (X_1) mempunyai hubungan positif terhadap Variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai sig. 0,024. Sedangkan nilai koefisien regresinya 0,235. Dari hasil ini dapat dinyatakan kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh harga akan naik setiap 0,235.

Variabel Lokasi (X_2)

Variabel lokasi (X_2) dinyatakan mempunyai hubungan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) yang ditunjukkan dengan nilai sig. Sebesar 0,002. Maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,270 ini dari nilai koefisien regresinya.

Variabel Pelayanan (X_3)

Variabel pelayanan (X_3) dinyatakan mempunyai hubungan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) yang ditunjukkan dengan nilai sig. Sebesar 0,000. Jika dilihat dari nilai koefisien regresinya, maka bisa diartikan bahwa ada kenaikan kepuasan pelanggan 0,304.

Pengaruh Harga, Lokasi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji F yang telah dilakukan, maka didapatkan bahwa pengaruh antara variabel *independent* (harga, lokasi dan pelayanan) terhadap variabel *dependent* (kepuasan

pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Kediri) adalah kuat dan berpengaruh secara bersama-sama (simultan). Hal ini dapat dilihat pada uji F yang menunjukkan F hitung > F tabel atau $26,840 > 2,58$ dan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti harga, lokasi dan pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Konstanta besarnya 0,754 dengan koefisien harga X1, lokasi X2 dan pelayanan X3 bernilai nol (0), maka diperoleh kepuasan pelanggan sebesar 0,754 satuan. Hal ini berarti walaupun nilai X1, X2, dan X3 terhadap Y bernilai nol (0), nilai keputusan pembelian tetap ada dan positif.

SIMPULAN & SARAN

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga yang ditetapkan pada RM. Wong Solo Kediri sudah sesuai dengan keinginan konsumennya sehingga dapat menimbulkan kepuasan pelanggan.
2. Kualitas pelayanan yang diberikan RM. Wong Solo Kediri sudah bagus, ini dapat dilihat dari kecepatan dan ketangkasan karyawan RM. Wong Solo Kediri dalam melayani seluruh konsumen yang datang, sehingga kepuasan konsumen. Hasil ini sesuai dengan penelitian dari (Satriyono and Kristanti 2018) dan (Rahmadi 2015).
3. Lokasi saat ini juga menjadi perhatian yang penting bagi konsumen. Lokasi RM. Wong Solo Kediri yang sangat strategis membuat konsumen merasa mudah untuk menuju lokasi tersebut.
4. Dari ketiga variabel yang diteliti diatas semuanya sudah dapat menciptakan kepuasan konsumen

SARAN

1. Pertahankan kondisi yang ada saat ini.
2. Tolong Kebersihannya di jaga terkadang kurang bersih lantainya.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel kebersihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2014. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods).” *Bandung: Alfabeta*.
- Basuki, Agus Tri. 2017. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*.
- Haq, Irfan Nurul. 2018. “Determination of Price and Customer Satisfaction.” *Journal of Economic Studies* 1(2):97–108. doi: 10.32506/joes.v1i2.179.
- Imran, Aditya, Irzad, Mochamad. 2018. “PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MAKANAN DI RUMAH MAKAN AYAM BAKAR WONG SOLO ALAUDDIN KOTA MAKASSAR MOCH.” *Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar* 7.
- Mira, Mira, Djunaedi Djunaedi, and Ria Lestari. 2020. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Pada Dimensi Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy Dan Tangible) Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.” *RISK: Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi* 1(2):100–116.
- Purwagusta, Ghea Verensia. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien.” *Pakistan Research Journal of Management Sciences*.
- Rahmadi, Afif Nur. 2015. “Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Sport Center (Studi Kasus Mensana Sport Center Futsal Kediri).” *Jurnal Kompilasi Ilmu Ekonomi (KOMPILEK)* 7(1):37–45.

Satriyono, Gandung, and Desi Kristanti. 2018. "Pengaruh Kepuasan Pasien Pada Kualitas Layanan Rawat Inap Terhadap Niat Discharge against Medical Advice (Dama)(Studi Di Rumah Sakit Umum Daerah Pare Kabupaten Kediri)." *Jurnal Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* 3(2):136–53.

Seran, Sirilius. 2020. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial*. Deepublish.

Sukmawati, Rina. 2017. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GARDEN CAFE KOPERASI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA SKRIPSI." 111.