



PEMAKALAH

Jurnal Penelitian Manajemen Akuntansi Berkala Ilmiah

PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CAFE PUBLIK KOPI PEMATANGSIANTAR

Tommi Monang Sihite¹⁾ Marisi Butarbutar²⁾ Sisca³⁾ Julyhanthry⁴⁾

Program Studi Manajemen, STIE Sultan Agung, Jalan Surabaya No. 19, Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara, 21141, Indonesia.

*Email:tommisht2@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1. Gambaran harga, lokasi, dan kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar. 2. Pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini dilakukan menggunakan desain penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Populasi penelitian ini adalah pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar berjumlah 40 orang. Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Uji instrumen penelitian adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan yaitu uji normalitas, analisis deskriptif kualitatif, dan analisis deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: 1. Harga dan lokasi sudah baik, serta pelanggan sudah puas. 2. Terdapat pengaruh positif antara harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial. 3. Terdapat hubungan yang kuat antara harga dan lokasi dengan kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial. Kemudian tinggi rendahnya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh harga dan lokasi. 4. Hipotesis H_0 ditolak, artinya harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial.

Kata kunci: Harga, Lokasi, Kepuasan pelanggan

Abstract

The purposes of this study are to determine: 1. The description of price, location, and customer satisfaction at Cafe Publik Kopi Pematangsiantar. 2. The influence of price and location on customer satisfaction at Cafe Publik Kopi Pematangsiantar either simultaneously and partially. This research is conducted using library research and field research design. The population of this research is the total number of 40 customer at Cafe Publik Kopi Pematangsiantar. The types of data used are qualitative data and quantitative data. Sources of data used are primary data and secondary data. Data are collected by means of questionnaires, interviews, and documentation. The research instrument test is validity test and reliability test. The analysis technique used are normality test, qualitative descriptive analysis, and quantitative descriptive analysis.

The results of this study can be concluded that: 1. Price and location are good, and customer is satisfied. 2. There is positive influence between price and location on customer satisfaction both either simultaneously and partially. 3. There is moderately high correlation between price and location with customer satisfaction. Then the level of customer satisfaction can be explained by price and location. 4. Hypothesis H_0 is rejected, meaning that price and location have positive and significant influence on customer satisfaction at Cafe Publik Kopi Pematangsiantar both simultaneously and partially.

Keywords: Price, Location, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, dunia usaha berkembang dengan pesat, salah satunya bisnis dibidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan semakin ketat (Putri, *et al.*, 2021). Maka untuk menghadapi keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut untuk mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan (Basoeky *et al.*, 2021). Dalam memenangkan persaingan, pengusaha dituntut untuk menciptakan rasa puas bagi pelanggan. Selain rasa puas pengusaha juga di tuntut untuk membuat harga yang tepat yang diimbangi dengan lokasi yang tepat juga pada usaha tersebut, yang akan membuat pelanggan untuk selalu ingin datang ke tempat tersebut.

Cafe Publik Kopi Pematangsiantar merupakan usaha yang bergerak di bidang *coffe shop* yang dijanjikan sebagai tempat ngopi santai bagi kaum muda khususnya laki-laki yang menyukai minuman kopi. Cafe Publik Kopi Pematangsiantar beralamat di Jl. Volly No 8, Kelurahan Banjar, Kec. Siantar Barat, Kota Pematangsiantar, 21112, Sumatera Utara. Adapun jenis minuman yang dijual yaitu sanger, oreo, kopi susu dingin, kopi *shaker*, kopi gayo, *cappucino blend*, dan jenis kopi lainnya.

Suatu hal yang harus diperhatikan oleh Cafe Publik Kopi Pematangsiantar dalam menghadapi persaingan yaitu bagaimana setelah pelanggan menerima dan merasakan manfaat atau nilai dari suatu produk, apakah pelanggan tersebut dapat merasa puas atau tidak. Kepuasan pelanggan merupakan keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pengguna jasa dapat terpenuhi melalui pelayanan jasa. Kepuasan pelanggan memiliki dimensi yang terdiri dari dimensi kualitas produk, kemudahan, dan faktor emosional. Untuk dimensi harga dibahas terpisah sebagai variabel bebas.

Menurut hasil wawancara dengan beberapa pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar, diketahui bahwa fenomena kepuasan pelanggan yang belum optimal terlihat pada dimensi kualitas produk, dimana terdapat ketidaksesuaian tampilan antara produk (baik makanan/minuman) yang disajikan kepada pelanggan dengan tampilan yang terdapat pada menu. Pada dimensi kemudahan, dimana terdapat 2 karyawan yang kurang ramah dalam memberikan pelayanan sehingga pelanggan merasa tidak puas ketika berkunjung ke cafe tersebut.

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu harga. Pada umumnya, pelanggan tidak hanya menginginkan harga yang terjangkau saja tetapi juga diskon harga dan cara pembayaran yang mudah. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Indra, 2017), dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun dimensi harga di antaranya keterjangkauan harga, diskon atau potongan harga, dan cara pembayaran.

Menurut hasil wawancara dengan beberapa pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar, diketahui bahwa fenomena harga yang belum optimal terlihat pada dimensi diskon atau potongan harga, dimana Cafe Publik Kopi Pematangsiantar belum menerapkan pemberian diskon (potongan harga) pada makanan dan minuman yang dijualnya walaupun pelanggan melakukan pembelian dalam jumlah banyak. Pada dimensi cara pembayaran, Cafe Publik Kopi Pematangsiantar belum menerapkan sistem pembayaran dengan menggunakan mesin EDC atau *Electronic Data Capture*, sehingga apabila ada pelanggan yang tidak membawa uang tunai akan mengakibatkan pembayaran menjadi terkendala.

Selain harga, faktor lain yang perlu diperhatikan untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah lokasi. Lokasi juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha produk/jasa (Sinaga *et al.*, 2020). Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang

dilakukan (Ubaidillah, 2017), dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi lokasi terdiri atas akses lokasi, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, dan persaingan.

Menurut hasil wawancara dengan beberapa pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar, diketahui bahwa fenomena lokasi yang belum optimal terjadi pada dimensi tempat parkir, dimana Cafe Publik Kopi Pematangsiantar tidak memiliki tempat parkir yang luas untuk para pelanggan yang akan berkunjung sehingga pelanggan yang mengendarai mobil akhirnya menggunakan bahu jalan sebagai tempat parkir. Pada dimensi lingkungan juga belum optimal, yang terlihat pada 7 orang pelanggan yang tidak nyaman ketika berkunjung ke cafe dikarenakan kebisingan yang mengganggu disebabkan cafe tersebut berada dekat dengan jalan besar dan kondisi di dalam ruangan juga panas dikarenakan ventilasi udara yang tidak mencukupi.

Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah yang terdapat pada penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan belum optimal, yang mengindikasikan belum sesuai harapan pelanggan dengan pelayanan yang mereka terima ketika berkunjung ke cafe.
2. Kualitas produk belum optimal, dikarenakan terdapat ketidaksesuaian antara tampilan produk yang disajikan dengan di menu.
3. Aspek kemudahan belum optimal, dikarenakan adanya karyawan yang kurang ramah dalam memberikan pelayanan.
4. Harga masih belum optimal, yang mengindikasikan penetapan harga produk yang belum sesuai dengan harapan pelanggan.
5. Diskon atau potongan harga belum optimal, dikarenakan cafe belum menerapkan pemberian diskon

(potongan harga) pada makanan dan minuman yang dijualnya.

6. Cara pembayaran belum optimal, dikarenakan cafe belum menerapkan sistem pembayaran non tunai.
7. Lokasi belum optimal, yang mengindikasikan kurang strategisnya lokasi cafe yang berdampak pada pelayanan kepada pelanggan menjadi kurang efektif dan efisien.
8. Tempat parkir belum optimal, dikarenakan cafe belum memiliki tempat parkir yang cukup luas bagi pelanggan yang mengendarai mobil.
9. Lingkungan belum optimal, dikarenakan kebisingan yang mengganggu karena cafe berada dekat dengan pasar besar dan kondisi di dalam ruangan yang panas.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran harga, lokasi, dan kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar.
2. Bagaimana pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial.

Tujuan Penelitian

Lalu tujuan didalam penelitian yakni:

1. Untuk mengetahui gambaran harga, lokasi, dan kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar
2. Untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial.

LANDASAN TEORI

Manajemen

Menurut menurut (Terry and Rue, 2010), manajemen merupakan suatu proses yang terdiri dari tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian, untuk menentukan untuk mencapai suatu tujuan melalui pemanfaatan sumberdaya daya manusia dan sumber daya lainnya.

Manajemen Pemasaran

Menurut (Kotler and Keller, 2012) pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dengan cara yang menguntungkan.

Harga

Menurut (Kotler and Keller, 2012), harga merupakan sejumlah nilai yang harus dikeluarkan oleh pelanggan berupa uang, untuk mendapatkan sebuah manfaat atau kepemilikan atas produk maupun jasa yang diinginkan.

Lokasi

Menurut menurut (Rondonuwu, Kelles and Tamengkel, 2016), lokasi adalah sarana aktivitas perusahaan agar produk mudah didapatkan oleh pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Tjiptono, 2014) menyampaikan bahwa kata 'kepuasan atau *satisfaction*' berasal dari bahasa Latin *satis* (artinya cukup baik, memadai) dan *facio* (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga merupakan satu satunya unsur bauran pemasaran yang mendapatkan masukan bagi perusahaan yang ada pada gilirannya berpengaruh pada besar kecilnya laba dan pangsa pasar yang diperoleh. Menurut (Tjiptono and Chandra, 2011), harga merupakan salah satu hal yang paling mendasar dalam menentukan kepuasan pelanggan. Apabila harga yang ditawarkan oleh perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, harga yang ditawarkan oleh perusahaan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan akan membuat pelanggan tidak puas.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Indra, 2017), dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa

harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Lokasi merupakan salah satu yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut (Tjiptono, 2014), lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada pelanggan. Kepuasan Pelanggan merupakan salah satu tolak ukur yang akan digunakan pelanggan untuk memutuskan untuk menggunakan produk atau jasa tersebut.

Strategi pemilihan lokasi yang tepat adalah salah satu yang penting dalam perilaku keputusan pembelian karena keberadaan lokasi sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha dimasa yang akan datang (Sudirman *et al.*, 2021). Untuk itu dalam pemilihan lokasi yang diberikan sesuai dengan harapan pengunjung, maka pengunjung akan merasa lebih mudah untuk berkunjung atau untuk datang.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan (Ubaidillah, 2017), dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, harus memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pelanggan yang membeli produk agar pelanggan merasa puas. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Salah satu tujuan suatu bisnis adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat terwujud jika harapan pelanggan berbanding lurus terhadap kenyataan yang diperoleh atas penggunaan produk dan jasa. Terwujudnya kepuasan pelanggan akan menghasilkan keharmonisan antara perusahaan dan pelanggan.

Apabila pelanggan merasa puas pada harga dan lokasi yang diberikan, maka pelanggan akan menunjukkan besarnya kemungkinan menggunakan produk atau jasa tersebut. Pelanggan yang puas juga akan cenderung memberikan komentar yang baik terhadap produk dan jasa dan perusahaan serta merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain. Pengaruh antara harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan diperkuat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Tanoto, 2014), dengan hasil menunjukkan bahwa harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga dan lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dimana lokasi yang terjangkau dan strategis akan memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan yang disertai dengan kebijakan penetapan harga yang sesuai akan menciptakan kepuasan pelanggan.

Hipotesis

Menurut pada penjelasan teoritis tersebut, makahipotesis yang bisadiajukan ialah:

1. $H_0=0$, artinya harga dan lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial.
2. $H_a \neq 0$, artinya harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial.

METODE

Riset memakai desain penelitian Penelitian Kepustakaan serta Penelitian Langsung. Di riset tersebut, yang jadi objek penelitian Pelanggan Cafe Publik Kopi Pematangsiantar. Tempat penelitian ini adalah STIE Sultan Agung Pematangsiantar, yang terletak di Jl. Volly No. 8, Kelurahan Banjar, Kecamatan Siantar Barat, Kota Pematangsiantar, No telepon 0822-7329-9929. dan sampel yang digunakan sebanyak 40 orang. Sampel ini

didapat dari pelanggan Cafe Publik Kopi Pematangsiantar pada hari Sabtu dan Minggu di bulan Oktober 2021, serta sumber data yang dipakai yakni data primer serta sekunder. Data riset diperoleh lewat wawancara, dokumentasi serta menyebar kuesioner. Uji instrumen penelitian memakai uji validitas serta reliabilitas serta teknik analisis data memakai uji normalitas, analisis deskriptif kualitatif serta kuantitatif.

HASIL PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Kualitatif

Pengelompokan kriteria jawaban rata-rata responden guna menjabarkan jawaban responden melalui kualitatif dengan menggunakan tabel sebagai berikut:

Nilai Interval dan Kategori Jawaban Responden

Tabel 1.

Nilai Interval	Kategori		
	Harga (X_1)	Lokasi (X_2)	Kepuasan Pelanggan (Y)
4,21-5,00	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Baik
3,41-4,20	Baik	Baik	Baik
2,61-3,40	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Baik
1,81-2,60	Tidak Baik	Tidak Baik	Tidak Baik
1,00-1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik

Sumber: Hasil pengolahan data (2021)

Gambaran Harga

Harga merupakan penentu terciptanya penjualan dan akan selalu dikaitkan dengan kemampuan yang dimiliki calon pembeli. Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang dan jasa, setiap pemilik cafe harus menentukan harga yang tepat sesuai dengan kemampuan konsumen ataupun pelanggannya. Harga diukur dengan menggunakan tiga dimensi, antara lain keterjangkauan harga, diskon/potongan harga, dan cara pembayaran.

pada keterjangkauan harga dengan indikator harga terjangkau diperoleh rata-rata 3,97 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini terjadi karena harga yang diberikan Cafe Publik Kopi sesuai dengan harapan pelanggan. Indikator harga sesuai dengan kualitas jasa diperoleh rata-rata 3,97 dengan kriteria jawaban baik, dikarenakan kualitas

produk sesuai dengan harga yang diberikan kepada pelanggan Cafe Publik Kopi. Indikator harga sesuai dengan harga pasaran diperoleh rata-rata 4,02 dengan kriteria jawaban baik, karena harga produk yang dijual sudah sesuai dengan harga pasaran.

Pada dimensi diskon/potongan harga dengan indikator diskon kuantitas diperoleh rata-rata 3,35 dengan kriteria jawaban cukup baik, disebabkan Cafe Publik Kopi Pematangsiantar belum menerapkan pemberian diskon (potongan harga) pada makanan dan minuman yang dijualnya walaupun pembelian dalam jumlah banyak. Kemudian indikator diskon khusus untuk produk kopi diperoleh rata-rata 4,03 dengan kriteria jawaban baik, disebabkan Cafe Publik Kopi Pematangsiantar sering memberikan diskon pada produk kopi unggulan seperti kopi sanger karena merupakan produk yang laris dan merupakan favorit pelanggan sehingga sering diberikan diskon khusus untuk produk pilihan tersebut. Dari indikator diskon penjualan diperoleh rata-rata 3,30 dengan kriteria jawaban cukup baik, dikarenakan Cafe Publik Kopi Pematangsiantar belum memberikan promo harga untuk pelanggan yang berminat melakukan penjualan kembali atas produk yang dibeli.

Pada dimensi cara pembayaran dengan indikator pembayaran tunai diperoleh nilai rata-rata 3,90 dengan kriteria jawaban baik, dikarenakan fasilitas pembayaran melalui kasir dianggap lebih aman bagi pelanggan. Indikator prosedur pembayaran diperoleh nilai rata-rata 3,80 dengan kriteria jawaban baik, dikarenakan prosedur pembayaran tunai yang dilakukan melalui kasir sangat membantu dan mempermudah pelanggan melakukan transaksi pembelian produk di Cafe Publik Kopi Pematangsiantar. Pada indikator sistem pembayaran diperoleh nilai rata-rata 3,10 dengan kriteria jawaban cukup baik, dikarenakan Cafe Publik Kopi Pematangsiantar belum menerapkan sistem pembayaran dengan menggunakan mesin *EDC* atau *Electronic Data Capture*,

sehingga apabila ada pelanggan yang tidak membawa uang *cash* akan mengakibatkan pembayaran menjadi terkendala.

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa untuk total jawaban responden mengenai harga diperoleh nilai rata-rata senilai 3,71 dengan kriteria jawaban baik. Kemudian nilai rata-rata tertinggi senilai 4,03 dengan kriteria jawaban baik untuk dimensi diskon/potongan harga pada indikator diskon khusus untuk produk kopi. Sedangkan nilai rata-rata terendah senilai 3,10 dengan kriteria jawaban cukup baik untuk dimensi cara pembayaran pada indikator sistem pembayaran.

Gambaran Lokasi

Lokasi adalah suatu tempat dimana usaha itu melakukan kegiatan fisik. Semakin mudah lokasi untuk dijangkau maka akan berpengaruh terhadap jumlah pelanggan yang datang. Pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar, lokasi menggunakan tujuh dimensi antara lain akses lokasi, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, dan persaingan.

Menurut hasil wawancara dengan beberapa pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar, diketahui bahwa fenomena lokasi yang belum optimal terjadi pada dimensi tempat parkir, dimana Cafe Publik Kopi Pematangsiantar tidak memiliki tempat parkir yang luas untuk para pelanggan yang akan berkunjung sehingga pelanggan yang mengendarai mobil akhirnya menggunakan bahu jalan sebagai tempat parkir. Pada dimensi lingkungan juga belum optimal, yang terlihat pada 7 orang pelanggan yang tidak nyaman ketika berkunjung ke cafe dikarenakan kebisingan yang mengganggu disebabkan cafe tersebut berada dekat dengan jalan besar dan kondisi di dalam ruangan juga panas dikarenakan ventilasi udara yang tidak mencukupi.

Untuk dimensi akses lokasi pada indikator lokasi mudah dijangkau berada pada rata-rata 3,65 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan beberapa pelanggan mengetahui lokasi ini dengan baik dan mudah dijangkau. Indikator

transportasi umum tersedia berada padarata-rata 3,72 dengan kriteria jawaban baik, hal ini disebabkan sebagian dari pelanggan cafe bisa datang dengan transportasi umum seperti angkot, karena letak cafe tidak berada jauh dari gang jalan raya. Indikator kondisi jalan menuju lokasi bagus berada pada rata rata 3,65 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan kondisi jalan menuju cafe sangatlah nyaman karena melalui jalan beraspal sehingga mudah ditempuh.

Pada dimensi visibilitas untuk indikator lokasi terlihat jelas berada pada rata rata 3,55 dengan kriteria jawaban baik, dikarenakan pelanggan dapat dengan jelas melihat cafe karena cafe tepat berada di pinggir jalan dan bangunan cafe sangat *iconic*. Untuk indikator lokasi tepat di depan pasar berada pada rata rata 3,65 dengan kriteria jawaban baik, hal ini karena lokasi publik kopi berada di jalan lintas utama. Untuk indikator lokasi tidak berada jauh dari keramaian berada pada rata rata 3,67 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan lokasi dekat dengan jalan kartini yang dimana selalu ada keramaian pada titik ini.

Pada dimensi lalu lintas untuk indikator lokasi sering dilalui masyarakat diperoleh nilai rata rata 3,72 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan lokasi cafe berada di sekitar rumah penduduk dan berada di jalan yang hampir setiap harinya dilalui masyarakat umum baik ketika berkendara maupun berjalan kaki. Untuk indikator kelancaran lalu lintas diperoleh nilai rata rata 3,70 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan keamanan lalu lintas menuju menuju cafe sangat kondusif karena lokasi cafe berada jauh dari jalanan yang sering terjadi kemacetan. Untuk indikator sarana menuju lokasi diperoleh nilai rata rata 3,92 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan sarana untuk menuju lokasi sudah dapat diakses melalui internet seperti *google maps*.

Pada dimensi tempat parkir dengan indikator tempat parkir yang luas diperoleh nilai rata rata 3,20 dengan kriteria jawaban

cukup baik, hal ini disebabkan Cafe Publik Kopi Pematangsiantar tidak memiliki tempat parkir yang luas untuk para pelanggan yang akan berkunjung sehingga pelanggan yang mengendarai mobil akhirnya menggunakan bahu jalan sebagai tempat parkir. Untuk indikator jaminan keamanan tempat parkir diperoleh nilai rata rata 3,67 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan pihak cafe berkenan membantu atas segala bentuk kehilangan terkait kendaraan pelanggan dengan cara memantau lewat *cctv*. Untuk indikator kondisi tempat parkir aman diperoleh nilai rata rata 3,82 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan tempat parkir tidak berada jauh dari wilayah cafe sehingga pelanggan masih dapat memperhatikan dan memantau kendaraan mereka yang terparkir.

Pada dimensi ekspansi dengan indikator tempat perluasan usaha diperoleh nilai rata rata 3,67 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan masih ada ruangan yang belum digunakan pada bangunan publik kopi dan area kosong di sekitar cafe sehingga memungkinkan untuk perluasan usaha di kemudian hari. Untuk indikator perekrutan karyawan baru diperoleh nilai rata rata 3,72 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan lokasi cafe yang cukup luas mengharuskan pihak cafe untuk merekrut karyawan baru agar dapat dengan cepat melayani pelanggan yang datang setiap harinya. Untuk indikator pembentukan usaha baru diperoleh nilai rata rata 3,55 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan cafe sudah mulai melebarkan sayapnya terbukti dengan adanya cabang Cafe Publik Kopi yang berada di wilayah Perdagangan Simalungun.

Pada dimensi lingkungan dengan indikator lingkungan sekitar yang nyaman diperoleh nilai rata rata 3,22 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini disebabkan beberapa pelanggan yang tidak nyaman ketika berkunjung ke cafe dikarenakan kebisingan yang mengganggu disebabkan cafe tersebut berada dekat dengan jalan besar dan kondisi di dalam ruangan juga panas dikarenakan ventilasi udara yang

tidak mencukupi. Untuk indikator polusi suara di sekitar cafe diperoleh nilai rata rata 3,35 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini disebabkan cafe berada tepat di pinggir jalan besar sehingga terjadi keributan akibat suara kendaraan yang berlalu lalang dan juga suara *handphone* pelanggan yang berbaik *game* sangatlah mengganggu. Untuk indikator polusi udara di sekitar cafe diperoleh nilai rata rata 3,30 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini disebabkan masih ada beberapa pelanggan yang merokok di dalam ruangan sehingga menimbulkan asap yang dapat mengganggu pelanggan lain.

Pada dimensi persaingan untuk indikator lokasi pesaing sejenis diperoleh nilai rata rata 3,82 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan terdapat beberapa cafe sejenis yang berada tidak jauh dari lokasi Cafe Publik Kopi. Untuk indikator jarak dengan lokasi pesaing lainnya diperoleh nilai rata rata 4,00 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan banyak cafe pesaing yang lokasi berjarak ratusan meter dari Cafe Publik Kopi sehingga mengharuskan pihak cafe untuk berinovasi agar berbeda dari cafe lainnya. Untuk indikator lokasi sangat strategis diperoleh nilai rata rata 3,45 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan lokasi berada dekat menuju pusat kota sehingga memungkinkan masyarakat umum dapat cepat mengenali cafe ini karena berada tidak jauh dari pusat keramaian Jalan Kartini.

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa nilai rata-rata lokasi pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar berada pada nilai rata rata 3,62 dengan kriteria jawaban baik. Kemudian nilai rata-rata tertinggi 4,00 dengan kriteria jawaban baik berada pada dimensi persaingan dengan indikator jarak dengan lokasi pesaing lainnya. Sedangkan nilai rata rata terendah senilai 3,20 dengan kriteria jawaban cukup baik berada pada dimensi tempat parkir dengan indikator tempat parkir yang luas.

Gambaran Kepuasan Pelanggan

Untuk dimensi kualitas produk dengan indikator kualitas produk sesuai yang ditawarkan berada pada nilai rata-rata 3,37 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini disebabkan terdapat ketidaksesuaian tampilan antara produk (baik makanan/minuman) yang disajikan kepada pelanggan dengan tampilan yang terdapat pada menu. Untuk indikator ketersediaan produk diperoleh nilai rata rata 3,97 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan stok produk jarang sekali kosong sehingga ketika pelanggan memesan produk yang diinginkan, maka pihak cafe dapat memenuhinya. Untuk indikator produk memenuhi selera diperoleh nilai rata rata 4,02 dengan kriteria jawaban baik, hal ini disebabkan selera pelanggan terhadap variasi kopi yang ditawarkan dapat terpenuhi.

Pada dimensi kemudahan untuk indikator kualitas produk yang sesuai dengan harga diperoleh nilai rata rata 3,38 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini disebabkan terdapat beberapa produk makanan jauh dari ekspektasi pelanggan seperti harga nasi goreng special yang cukup mahal dibandingkan dengan rasa dan komposisi hidangannya yang tidak sebanding dengan harga. Untuk indikator metode pemesanan yang mudah dimengerti diperoleh nilai rata rata 3,75 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan metode untuk memesan menu sangat mudah, apalagi karyawan memahami betul komposisi setiap menu. Untuk indikator pelayanan yang ramah terhadap pelanggan diperoleh nilai rata rata 3,37 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dikarenakan terdapat 2 karyawan yang kurang ramah dalam memberikan pelayanan sehingga pelanggan merasa tidak puas ketika berkunjung ke cafe tersebut.

Pada dimensi faktor emosional dengan indikator rasa bangga didapatkan oleh pelanggan diperoleh nilai rata rata 3,95 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan ketika pelanggan baru berkunjung beberapa karyawan langsung

menyambut pelanggan dengan baik seperti sigap dalam mengarahkan ke meja yang kosong dan menawarkan buku menu sehingga pelanggan merasa bangga karena dihargai. Untuk indikator kualitas pelayanan terhadap pelanggan diperoleh nilai rata-rata 3,40 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini disebabkan terdapat 2 karyawan masih ada yang seolah olah tidak mendengar ketika pelanggan memanggilnya untuk meminta tambahan makanan ataupun minuman sehingga menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Untuk indikator kenyamanan saat melakukan pembelian diperoleh nilai rata-rata 3,67 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan pelanggan merasa nyaman dikarenakan mayoritas produk yang diinginkan pelanggan selalu tersedia.

Secara keseluruhan dapat dilihat kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,65 dengan kriteria jawaban baik. Untuk nilai tertinggi berada pada dimensi kualitas produk dengan indikator produk memenuhi selera memperoleh nilai rata-rata 4,02 dengan kriteria jawaban baik. Untuk nilai terendah berada pada dimensi kualitas produk dengan indikator kualitas produk sesuai yang ditawarkan serta dimensi kemudahan dengan indikator pelayanan yang ramah terhadap pelanggan memperoleh nilai rata-rata 3,37 dengan kriteria jawaban cukup baik.

Analisis Deskriptif Kuantitatif Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2.

Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	14,299	3,579	
Harga	,330	,161	,387
Lokasi	,100	,059	,316

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner (2021)

Diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $\hat{Y} = 14,299 + 0,330X_1 + 0,100X_2$, artinya jika harga naik satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan senilai 0,330 satuan, dan jika lokasi naik satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan senilai 0,100 satuan, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Adapun persamaan regresi yang dihasilkan melalui perhitungan menggunakan program SPSS memperoleh notasi sebagai berikut:

Tabel 3.

Hasil Regresi Linier Sederhana Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	15,084	3,631	
Harga	,533	,108	,626

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner (2021)

Diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $\hat{Y} = 15,084 + 0,533X$, artinya jika harga naik satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan senilai 0,533 satuan, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar.

Tabel 4.

Hasil Regresi Linier Sederhana Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	18,316	3,121	
Lokasi	,192	,041	,608

Sumber: Hasil Pengolahan Data(2021)

Diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $\hat{Y} = 18,316 + 0,192X$, artinya jika

lokasi naik satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan senilai 0,192 satuan, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara lokasi terhadap kepuasan Pelanggan Cafe Publik Kopi Pematangsiantar

Koefisien Korelasi dan Determinasi

Tabel 5.

Hasil Koefisien Korelasi dan Determinasi Harga dan Lokasi dengan Kepuasan Pelanggan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,659 ^a	,434	,404	2,725

Sumber: pengolahan data (2021)

Diperoleh nilai korelasi (r) = 0,659 artinya terdapat hubungan yang kuat antara harga dan lokasi dengan kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar sesuai dengan kriteria korelasi pada tabel 3.6. Kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi (R) = 0,434 artinya tinggi rendahnya kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar senilai 43,4% dapat dijelaskan oleh harga dan lokasi, sedangkan sisanya senilai 56,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti *word of mouth*, fasilitas, dan kualitas pelayanan.

Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Guna mengkaji kebenaran maka diberlakukan pengkajian hipotesis dengan memakai aplikasi SPSS versi 21.

Tabel 6.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Df	F	Sig.
1	Regression	1	14,199 ,000 ^b
	Residual	38	
	Total	39	

Sumber: Hasil Pengolahan Data(2021)

Diperoleh nilai F_{hitung} senilai 14,199 > F_{tabel} dengan (0,05 ; 1 vs 37) senilai 14,199 atau dengan signifikansi 0,000 < α 0,05

maka H_0 diterima, artinya harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar sebagaimana yang dikemukakan oleh (Tanoto, 2014), bahwa harga dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Parsial (Uji t)

Guna mengkaji kebenaran maka perlu diberlakukan pengkajian hipotesis dengan memakai aplikasi SPSS versi 21.

Tabel 7.

Hasil Uji t (Harga terhadap Kepuasan Pelanggan)

Model	t	Sig.	
1	(Constant)	4,154	,000
	Harga	4,943	,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data(2021)

Nilai t_{hitung} pada variabel harga senilai 4,943 > t_{tabel} dengan $df = n-k-1$ (40-1-1=38) senilai 2,02439 atau dengan taraf signifikansi 0,000 < α 0,05 maka H_0 ditolak, artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar, sebagaimana yang dikemukakan oleh (Indra, 2017), yaitu harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 8.

Hasil Uji t (Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan)

Model	t	Sig.	
1	(Constant)	5,868	,000
	Lokasi	4,721	,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data(2021)

Nilai t_{hitung} pada variabel lokasi senilai 4,721 > t_{tabel} dengan $df = n-k-1$ (40-1-1=38) senilai 2,02439 atau dengan taraf signifikan 0,000 < α 0,05 maka H_0 ditolak, artinya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar, sebagaimana yang dikemukakan oleh (Ubaidillah, 2017), bahwa lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Evaluasi

Harga pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar

Penetapan harga bukan hanya sekedar perkiraan saja, tetapi juga perlu melakukan perhitungan yang cermat dan teliti agar sesuai dengan sasaran yang dituju pemilik cafe. Harga pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar dapat dikatakan baik, hal ini terlihat dari kuesioner yang dibagikan dan diisi oleh responden yang secara keseluruhan diperoleh rata-rata senilai 3,71 dengan kriteria jawaban baik. Namun masih ada beberapa indikator di bawah nilai rata-rata keseluruhan yang perlu diperbaiki.

Pada dimensi diskon/potongan harga dengan indikator diskon kuantitas diperoleh nilai rata-rata 3,35 dengan kriteria jawaban cukup baik. Cara mengoptimalkan yaitu sebaiknya Cafe Publik Kopi Pematangsiantar memberikan diskon tambahan kepada pelanggan yang membeli produk dalam jumlah banyak sehingga pelanggan dapat merasa puas telah berbelanja di cafe tersebut dan akan kembali membawa rekannya sebanyak mungkin untuk berkunjung ke cafe tersebut karena adanya potongan harga dalam pembelian jumlah banyak. Pada indikator diskon penjualan memperoleh nilai rata-rata 3,30 dengan kriteria jawaban cukup baik. Sebaiknya pihak Cafe Publik Kopi Pematangsiantar melakukan pembedaan harga untuk setiap pelanggan yang ingin menjual kembali produk yang dibelinya karena mereka merupakan *reseller*, sehingga tidak terjadi lagi keluhan dan kekecewaan pelanggan terhadap potongan harga yang diharapkan pelanggan.

Pada dimensi cara pembayaran dengan indikator sistem pembayaran diperoleh nilai rata-rata 3,10 dengan jawaban cukup baik. Sebaiknya Cafe Publik Kopi Pematangsiantar menyediakan mesin EDC atau aplikasi yang mendukung sehingga memudahkan pelanggan dalam melakukan pembayaran guna meminimalisir kesalahan ketika melakukan pembayaran dalam jumlah banyak.

Dari evaluasi di atas dapat disimpulkan bahwa semua dimensi sudah

berada pada nilai rata-rata dengan kriteria baik. Namun jika beberapa masalah yang ada pada dimensi di atas dapat diatasi dan diperbaiki lagi, tentunya akan memberikan manfaat bagi pihak pemilik cafe dalam meningkatkan penjualan. Selain evaluasi yang dapat penulis sampaikan, dalam menyesuaikan penetapan harga jual perlu memperhatikan faktor-faktor lain yang mempengaruhi penetapan harga seperti yang dikemukakan (Hasan, 2013), yaitu harga produk dengan satuan unit, persepsi terhadap *value* menentukan harga maksimum, biaya produksi dan operasi menentukan harga minimum, biaya pemasaran, persaingan, serta laba yang diharapkan.

Lokasi pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar

Pada Cafe Publik Kopi yang tergolong dalam sebuah usaha cafe, lokasi sangatlah berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Karena dengan lokasi usaha yang strategis dapat mempengaruhi jumlah pelanggan yang datang ke usaha tersebut. Dari rekapitulasi jawaban pelanggan mengenai lokasi pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar sudah baik memperoleh nilai rata-rata 3,62 dengan kriteria baik. Namun masih ada beberapa dimensi di bawah nilai rata-rata keseluruhan yang harus diperbaiki dan ditingkatkan.

Pada dimensi visibilitas dengan indikator lokasi terlihat jelas diperoleh nilai rata-rata senilai 3,55 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dapat ditingkatkan lagi dengan cara pihak Cafe Publik Kopi membuat tiang *neon box* di gang menuju lokasi agar pelanggan mudah menemukan lokasi cafe. Pada dimensi tempat parkir dengan indikator tempat parkir luas diperoleh nilai rata-rata 3,20 dengan kriteria jawaban cukup baik, sebaiknya Cafe Publik Kopi Pematangsiantar mengalokasikan lahan kosong di samping bangunan untuk parkir dan juga membuat petugas untuk mengatur kendaraan pelanggan yang diparkir.

Pada dimensi lingkungan dengan indikator lingkungan sekitar yang nyaman

diperoleh nilai rata rata 3,22 dengan kriteria jawaban baik, sebaiknya pihak Cafe Publik Kopi Pematangsiantar menambah dan memperbaiki ventilasi udara agar udara di ruangan dapat selalu berganti dan menggunakan pengharum ruangan alami. Pada indikator polusi suara di sekitar cafe diperoleh nilai rata rata 3,35 dengan kriteria jawaban cukup baik, sebaiknya pihak Cafe Publik Kopi menegur pelanggan dan menyarankan agar ketika bermain game menggunakan *headset* agar tidak menimbulkan kebisingan dan mengganggu pelanggan lain. Pada indikator polusi udara di sekitar cafe diperoleh nilai rata rata 3,30 dengan kriteria jawaban baik, sebaiknya pihak Cafe Publik Kopi Pematangsiantar membuat aturan bahwa pelanggan yang merokok ditempatkan di ruangan terbuka di luar bangunan agar asap rokok tidak menyebar di dalam ruangan.

Selain evaluasi yang dapat penulis sampaikan, dalam memilih lokasi yang baik juga dapat memperhatikan karakteristik pemilihan lokasi seperti yang dikemukakan (Purnama, 2011), yaitu lalu lintas pejalan kaki, lalu lintas kendaraan, fasilitas parkir, transportasi umum, komposisi toko, letak berdirinya gerai, dan penilai keseluruhan.

Kepuasan Pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar

Kepuasan pelanggan adalah kunci utama terjadinya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan. Menurut nilai dari hasil rata-rata dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi sudahlah baik. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata rata keseluruhan 3,65 dengan kriteria jawaban baik. Namun masih ada beberapa indikator di bawah nilai rata rata keseluruhan yang perlu diperbaiki guna memenuhi kepuasan pelanggan.

Pada dimensi kualitas produk dengan indikator kualitas produk sesuai yang ditawarkan diperoleh nilai rata rata 3,37 dengan kriteria jawaban cukup baik, sebaiknya pihak cafe membuat produk makanan dan minuman dari bahan-bahan terbaik agar menghasilkan kualitas yang

terbaik pula untuk produknya sehingga pelanggan akan merasa puas akan produk yang dipesan dan juga produk yang digunakan menjadi produk yang terbaik di bidangnya yang akan berdampak pada persaingan antar cafe di sekitar lokasi, dengan kualitas yang terbaik tentunya akan menambah rasa yang enak, sehingga pelanggan akan puas dan datang kembali di lain waktu.

Pada dimensi kemudahan dengan indikator kualitas produk yang sesuai dengan harga diperoleh nilai rata rata 3,38 dengan kriteria jawaban cukup baik, sebaiknya pihak cafe membuat harga yang terjangkau untuk anak sekolah, karena di sekitar cafe dapat ditemukan beberapa sekolah, dengan penurunan harga sedikit dari cafe lainnya akan membuat siswa/i berminat mampir untuk berkunjung dan juga pelanggan akan merasa senang dengan harga yang bisa dikatakan murah, namun tidak merugikan pihak cafe juga. Pada indikator pelayanan yang ramah terhadap pelanggan diperoleh nilai rata rata 3,37, sebaiknya pihak cafe memantau setiap karyawan dan memberi masukan kepada karyawan yang kurang ramah dan melakukan *briefing* setiap harinya sebelum cafe beroperasi dan menanamkan motto bahwa kepuasan pelanggan adalah yang utama.

Pada dimensi faktor emosional dengan indikator kualitas pelayanan terhadap pelanggan diperoleh nilai rata rata 3,40 dengan kriteria jawaban cukup baik, sebaiknya karyawan memahami akan tugas yang diemban dan tujuannya melamar di cafe tersebut, bahwa pelayan yang baik adalah tolak ukur utama kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang harga pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar diperoleh nilai rata rata jawaban baik. Nilai tertinggi pada dimensi diskon/potongan harga dengan indikator diskon khusus untuk produk

kopi. Sedangkan nilai terendah berada pada dimensi cara pembayaran dengan indikator sistem pembayaran.

2. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang lokasi pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar diperoleh nilai rata-rata jawaban baik. Nilai tertinggi pada dimensi persaingan dengan indikator jarak dengan lokasi pesaing lainnya. Sedangkan nilai terendah berada pada dimensi tempat parkir dengan indikator tempat parkir yang luas.
3. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar diperoleh nilai rata-rata jawaban baik. Nilai tertinggi pada dimensi kualitas produk dengan indikator produk memenuhi selera. Sedangkan nilai terendah berada pada dimensi kualitas produk dengan indikator kualitas produk sesuai yang ditawarkan serta dimensi kemudahan dengan indikator pelayanan yang ramah terhadap pelanggan.
4. Hasil analisis regresi linier menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial.
5. Hasil analisis koefisien korelasi menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara harga dan lokasi dengan kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial. Kemudian tinggi rendahnya kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar dapat dijelaskan oleh harga dan lokasi.
6. Hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan Uji F menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar.
7. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan Uji t menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan lokasi terhadap

kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar secara parsial.

Saran

1. Untuk mengefektifkan harga, sebaiknya pemilik cafe menyediakan mesin *EDC (Electronic Data Capture)* atau aplikasi yang mendukung sehingga memudahkan pelanggan dalam melakukan pembayaran non tunai guna meminimalisir kesalahan untuk pembayaran dalam jumlah banyak.
2. Untuk mengoptimalkan lokasi, sebaiknya pemilik cafe mengalokasikan lahan kosong di samping bangunan cafe untuk parkir dan juga merekrut petugas untuk mengatur kendaraan yang diparkir.
3. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sebaiknya pemilik cafe memantau setiap karyawan dan memberi masukan kepada karyawan yang kurang ramah ketika memberikan pelayanan serta melakukan *briefing* setiap harinya sebelum cafe beroperasi dan menanamkan motto bahwa kepuasan pelanggan adalah yang utama.
4. Sehubungan dengan keterbatasan waktu dan keterbatasan penulis lainnya, penelitian ini masih terdapat kelemahan-kelemahan dan belum dapat mengungkap seluruh variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Cafe Publik Kopi Pematangsiantar. Sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya, perlu memperbanyak variabel penelitian seperti *word of mouth*, fasilitas, *brand image*, loyalitas konsumen dan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasan, A. (2013) **Marketing dan Kasus-kasus Pilihan**. Cetakan Yogyakarta: CASP.
- Basoeky, U. *et al.* (2021) **Pemanfaatan Teknologi Digital: Dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat**. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Indra, F. (2017) **‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak**
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2012) **Manajemen Pemasaran**. Jilid 1 da. Jakarta: Erlangga.
- Putri, D. E. *et al.* (2021) **Brand Marketing**. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Purnama, L. (2011) **Strategic Marketing Plan**. Jakarta: Gramedia Pustaka utama.
- Rondonuwu, G., Kelles, D. and Tamengkel, L. F. (2016) **‘Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pasar Swalayan Borobudur Manado)’**, *Jurnal Administrasi Bisnis 2016*, p. 8.
- Sinaga, O. S. *et al.* (2020) **‘Mampukah Citra Merek, Fasilitas dan Kepercayaan Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Taman Hewan Kota Pematangsiantar’**, *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), pp. 151–157.
- Sudirman, A. *et al.* (2021) **‘Meninjau Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Sektor UMKM’**, in *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis 2021 Universitas Muhammadiyah Jember*, pp. 165–179.
- Tanoto, W. (2014) **‘Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Panca Mulia Pematangsiantar’**, *Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung*.
- Terry and Rue (2010) **Dasar Dasar Manajemen**. edisi 11. jakarta: PT Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. and Gregorius, C. (2011) **Service Quality and Satisfaction**. 3rd edn. Yogyakarta: ANDI.
- Kepri Mall Kota Batam’, Jurnal Elektornik Rekaman** (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi) Sekblah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo, 1(1).

PROFIL SINGKAT

Tommi Monang Sihite, lahir di Pematangsiantar 30 Mei 1998. Meraih gelar Sarjana Ekonomi dari STIE Sultan Agung Pematangsiantar. Prodi Manajemen. Lulus pada tahun 2022.