

PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Widyaningsih Putri Ariyanti¹, Haris Hermawan², Ahmad Izzudin³
Universitas Muhammadiyah Jember
widya0649@gmail.com¹, harishermawan1968@gmail.com²,
izzuddin@unmuhjember.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan (2) pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan (3) pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan di BUMDes Amarnya pada Usaha Batik Tulis. Jenis penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di BUMDes Amarnya pada Usaha Batik Tulis, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 55 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji-t, uji-F dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. (2) Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. (3) Harga dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: **Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan**

ABSTRACT

This study aims to find out: (1) the effect of price on customer satisfaction (2) the influence of location on customer satisfaction (3) the influence of price and location on customer satisfaction. This research was conducted at BUMDes Amarnya on Batik Tulis Business. This type of research uses quantitative descriptive. The population in this study was a customer at BUMDes Amarnya on Batik Tulis Business, while the sample used in this study was 55 respondents. Sampling uses accidental sampling techniques, while data collection is done using questionnaires. Instrument testing uses validity tests and reliability test. Data analysis uses classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t tests, F tests and coefficients of determination. The results of this study show that: (1) Price has a partial effect on customer satisfaction. (2) Location has a partial effect on customer satisfaction. (3) Price and Location have a simultaneous effect on customer satisfaction.

Keyword: Price, Location, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Saat ini persaingan bisnis sangat ketat mengakibatkan semua pihak yang melakukan bisnis wajib melakukan kinerja secara optimal agar mampu bertahan. Eksploitasi potensi desa bertujuan untuk bisa menopang kemajuan ekonomi masyarakat desa. Pada eksistensi usaha desa juga bisa dijadikan menjadi bentuk sumbangan bagi peningkatan dari sumber pendanaan asli desa yang juga memungkinkan desa mampu melaksanakan pembangunan dan juga peningkatan kesejahteraan masyarakat sehingga menjadi optimal. Salah satu bentuk untuk mencapai pertumbuhan serta pengembangan ekonomi di daerah pedesaan yang saat ini sedang gencar dilakukan pemerintah ialah melalui aktivitas

pengembangan sosialisasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). BUMDes adalah lembaga usaha desa yang dikelola oleh masyarakat serta pemerintah desa dalam upaya memperkuat perekonomian desa dan dibuat sesuai kebutuhan dan potensi desa. Kehadiran BUMDes didorong untuk menjadi forum desa yang bisa mengelola seluruh aset serta potensi yang terdapat pada desa. BUMDes menjadi program baru dalam usaha meningkatkan perekonomian desa sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan potensi desa, oleh desa, dan untuk desa. Dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, maka memberikan masukan bagi perusahaan ataupun BUMDes untuk merancang strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen membuat suatu perusahaan harus bisa memahami perilaku dan memenuhi kebutuhan konsumen agar bisa mencapai kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller yang dialihbahasakan oleh Bob Sabran (2016:128) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau pesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dan harapan-harapannya. Banyak cara yang dilakukan suatu perusahaan untuk memenuhi kepuasan pelanggannya, salah satunya dengan menetapkan harga dan memilih lokasi usaha.

Harga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan juga merupakan faktor penting dalam penjualan. Menurut Lupiyoadi (2013:136), harga memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Bagi perusahaan, dalam menetapkan harga harus sesuai dengan perekonomian konsumen agar para konsumen bisa membeli barang tersebut. Dan bagi konsumen, harga adalah suatu pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam membeli suatu barang dan juga merupakan persepsi mengenai produk tersebut (Riyanti, 2015).

Selain faktor harga, lokasi juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Menurut Paul (2011:125) berpendapat bahwa lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen (Fadilah, 2018). Lokasi menunjukkan kegiatan yang dilakukan produsen untuk menjadikan produk yang dihasilkan dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen pada tempat dimanapun konsumen berada. Karena hal tersebut juga merupakan faktor untuk bisa mengkaji tentang kepuasan konsumen (Riyanti, 2015). Oleh karena itu suatu BUMDes ataupun usaha yang dikelola oleh BUMDes harus menerapkan strategi harga dan lokasi yang baik, dimana dalam penerapan strategi tersebut pemilik usaha dapat menentukan harga yang sesuai dengan kualitas dan menetapkan lokasi yang strategis dan juga mudah dijangkau.

BUMDes yang didirikandengan tujuan mampu memanfaatkan potensi dan

aset desa untuk membangun kesejahteraan warga desa adalah BUMDes Amarnya yang didirikan pada Oktober 2020 diharapkan kedepannya mampu memanfaatkan potensi dan aset desa untuk membangun kesejahteraan warga desa Semboro. Sebagai salah satu desa di Kecamatan Semboro mampu mengembangkan unit-unit usaha baru yang didasarkan pada sumber daya manusia dan sumber daya alam dalam mengembangkan usaha.

Berdasarkan dari hasil wawancara, peneliti tertarik melakukan penelitian ini dikarenakan adanya beberapa masalah di usaha Batik Tulis. Masalah yang ada di usaha Batik Tulis ini adalah harganya yang banyak keluhan dari orang-orang yang tidak paham mengenai Batik Tulis padahal kualitasnya sendiri itu tulis dan juga kainnya yang mempengaruhi. Adapun permasalahan lainnya yaitu lokasinya, untuk lokasi BUMDes Amarnya sendiri mudah dijangkau dan strategis tetapi untuk lokasi usaha Batik Tulis ini galerinya ada di rumah Kepala Desa yang aksesnya sulit dijangkau menyebabkan usaha ini tidak banyak dilihat oleh masyarakat. Oleh karena itu dilakukan penelitian apakah harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan rumusan masalah apakah terdapat pengaruh secara parsial dan simultan dari variabel harga dan lokasi terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dengan tujuan mengetahui apakah harga dan lokasi mempengaruhi kepuasan pelanggan pada usaha Batik Tulis di BUMDes Amarnya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan data penelitian adalah data primer yang didapatkan melalui konsumen dan data sekunder yang didapat dari sumber-sumber lain atau data yang pengumpulannya diperoleh dari pihak lain berupa data olahan yang memperkuat data primer, seperti skripsi yang dipublikasikan dan jurnal-jurnal penelitian terdahulu. Sedangkan alat penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda sehingga dapat diketahui besarnya pengaruh lokasi dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dari usaha Batik Tulis. Dengan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan teknik *Accidental Sampling*. Menurut Ferdinand (2014:48) menyarankan pedoman ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel laten, jumlah sampel adalah jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Penelitian ini menggunakan 11 indikator, sehingga menggunakan estimasi berdasarkan jumlah indikator diperoleh ukuran sampel berkisar 55-100 orang. Jumlah responden yang diperoleh 55 responden. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner diolah dengan bantuan aplikasi SPSS. Penelitian ini dilakukan mulai 1 Oktober 2021 – 1 Desember 2021.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen adalah bagian terpenting, pengujian instrumen akan menghasilkan berupa data yang akurat sehingga menghasilkan hasil riset yang mampu dipertanggungjawabkan (Sugiyono, 2012:121). Uji instrumen dalam penelitian ini yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak sahnya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. Suatu butir angket dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} dengan tingkat signifikan 5% dari *degree of freedom* (df) = $55-2 = 53$ sebesar 0,2656. Hasil uji validitas dari variabel Harga (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Batik Tulis di BUMDes Amarthia dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	No	r_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Harga (X1)	1	0,710	0,266	Valid
	2	0,663	0,266	Valid
	3	0,562	0,266	Valid
	4	0,672	0,266	Valid
Lokasi (X2)	1	0,896	0,266	Valid
	2	0,937	0,266	Valid
	3	0,908	0,266	Valid
	4	0,836	0,266	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,835	0,266	Valid
	2	0,892	0,266	Valid
	3	0,870	0,266	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Melalui SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai r_{tabel} untuk tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* (df) = $n-2$ yaitu $n= 55$ sampel, $df = 55-2 = 53$. Sehingga df dari 53 untuk tingkat signifikansi 5% yaitu 0,266 yang berarti $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hal ini berarti indikator-indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpulan data.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap kuesioner stabil dari waktu ke waktu.

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's alpha</i>	Nilai batas	Keterangan
Harga (X ₁)	0,528	0,60	Tidak Reliabel
Lokasi (X ₂)	0,916	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,832	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Data Melalui SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai *Cronbach's alpha* pada variabel lokasi dan kepuasan pelanggan lebih besar dari nilai batas (0,60) yang menunjukkan bahwa variabel lokasi dan kepuasan pelanggan dianggap reliabel. Sedangkan pada variabel harga diketahui bahwa nilai *Cronbach's alpha* lebih kecil dari nilai batas (0,60) yang menunjukkan bahwa variabel harga tidak reliabel.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian analisis regresi linear berganda dilakukan dengan menghasilkan perhitungan sebagai berikut:

**Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,806	1,792		3,239	,002
	Harga	,349	,121	,396	2,885	,006
	Lokasi	,093	,071	,180	1,310	,196

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olahan Data Melalui SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil tersebut diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 5,806 + 0,349 + 0,093$$

Interpretasi dari model persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut:

1. Nilai a sebesar 5,806 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kepuasan pelanggan belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel harga dan variabel lokasi. Jika variabel independen tidak ada maka variabel kepuasan pelanggan tidak mengalami perubahan.
2. b_1 (nilai koefisien regresi X_1) sebesar 0,349 menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,349, sebaliknya penurunan 1 satuan pada variabel harga akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,349.
3. b_2 (nilai koefisien regresi X_2) sebesar 0,093 menunjukkan bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,093, sebaliknya penurunan 1 satuan pada variabel lokasi akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,093.

c. Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Pengujian terhadap hasil regresi dilakukan dengan menggunakan uji t pada derajat keyakinan sebesar 95% atau $\alpha = 5\%$. Dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2011:94) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a. Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan hasil uji t diketahui perbandingan antara taraf signifikansi dengan signifikansi tabel adalah sebagai berikut:

a. Hipotesis 1

Hipotesis 1 menunjukkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada usaha Batik Tulis di BUMDes Amarnya. Dengan nilai signifikan $0,006 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,885 > t_{tabel} 2,00665$ sehingga H_1 diterima.

b. Hipotesis 2

Hipotesis 2 menunjukkan bahwa Lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada usaha Batik Tulis di BUMDes Amarnya. Dengan nilai signifikan $0,196 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,310 > t_{tabel} 2,00665$ sehingga H_2 ditolak.

2. Uji F (Simultan)

Kriteria pengujian:

- a. Jika tingkat signifikansi $F > 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima.
- b. Jika tingkat signifikansi $F < 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

**Tabel Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30,042	2	15,021	9,153	,000 ^b
	Residual	85,340	52	1,641		
	Total	115,382	54			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Sumber: Hasil Olahan Data Melalui SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} 9,153 > 3,18$. Hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya secara *simultan* terdapat pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

**Tabel Hasil Uji R^2
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,510 ^a	,260	,232	1,281

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Sumber: Hasil Olahan Data Melalui SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel diatas, penelitian ini memperoleh nilai koefisien sebesar 0,232 atau yang artinya variabel bebas dalam penelitian mempengaruhi variabel terikat sebesar 23,2% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain dari penelitian ini. Artinya masih ada variabel lain yang belum terungkap seperti promosi, kualitas pelayanan, WOM dan yang lainnya, sehingga bisa menjadi peluang bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada usaha Batik Tulis di BUMDes Amartha.

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Batik Tulis Di BUMDes Amartha

Berdasarkan hasil uji t (parsial) di atas, diketahui bahwa nilai signifikan

Harga adalah 0,006 lebih kecil dari 0,05 dan t_{hitung} 2,885 lebih besar dari t_{tabel} 2,00665. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan pada usaha Batik Tulis di BUMDes Amartha. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa “Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan” diterima, hal ini dipengaruhi oleh harga yang ditetapkan oleh usaha Batik Tulis di BUMDes Amartha sudah sesuai dengan perekonomian masyarakat, harga dan juga kualitas bisa menjadi pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Alfredo Anshar (2019) yang meneliti terkait Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Gunung Anyar Surabaya dari hasil penelitian tersebut didapatkan hasil adanya pengaruh yang signifikan dari variabel harga terhadap kepuasan pelanggan (Anshar, 2019).

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Batik Tulis Di BUMDes Amartha

Berdasarkan hasil uji t (parsial) diatas, diketahui bahwa nilai signifikan Lokasi adalah 0,197 lebih besar dari 0,05 dan t_{hitung} 1,310 lebih kecil dari t_{tabel} 2,00665. Maka dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan pada usaha Batik Tulis di BUMDes Amartha. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa “Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan” ditolak, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan dan penurunan kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi oleh lokasi. Hasil ini menyatakan bahwa lokasi kurang penting bagi peningkatan kepuasan pelanggan terhadap sesuatu.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Izzudin dan Muhsin (2020) mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Sate Kelinci Mas Asep dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Izzuddin & Muhsin, 2020).

3. Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Batik Tulis Di BUMDes Amartha

Berdasarkan hasil pengujian diatas, diperoleh nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan F_{hitung} 9,153 lebih besar dari F_{tabel} 3,18. Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan, maka hipotesis yang menyatakan “harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan” dapat diterima.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Raynaldo Donovan Sfan Adil Fadillah (2020) mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan

Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Donovan S. & Fadillah, 2020).

Hasil olah data pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel harga dan lokasi memiliki pengaruh sebesar 23,2% sisanya sebesar 76,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dikemukakan maka dapat disimpulkan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} yaitu $4,046 > 2,00665$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} <$ nilai t_{tabel} yaitu $1,310 < 2,00665$ dengan tingkat signifikansi $0,197 > 0,05$. Secara simultan variabel harga dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} >$ F_{tabel} yaitu $9,153 > 3,18$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,5$. Dari hasil persamaan regresi linear berganda, dapat diketahui bahwa harga dan lokasi memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,232 yang menunjukkan bahwa antara harga dan lokasi mampu menjelaskan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan sebesar 23,2%, sedangkan sisanya 76,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyarankan bagi usaha Batik Tulis di BUMDes Amartha, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebaiknya usaha Batik Tulis di BUMDes Amartha bisa mempertahankan penetapan harga untuk mempertahankan kepuasan pelanggan terhadap usaha Batik Tulis di BUMDes Amartha. Untuk lokasi galerinya bisa secepatnya dipindahkan ke BUMDes Amartha untuk mempermudah konsumen untuk mengakses lokasinya. Dan saran untuk peneliti selanjutnya sebaiknya mengembangkan atau menambah variabel independen lainnya dalam penelitian, selain variabel harga dan lokasi. Variabel yang akan diteliti pada penelitian yang akan datang tentunya dapat mempengaruhi terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan, sehingga bisa melengkapai penelitian ini karena masih ada variabel independen lain yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshar, A. (2019). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(4), 1–16.
- Donovan S., R., & Fadillah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.322>
- Fadilah, G. N. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Kolong Jember*.

- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78.
- Riyanti. (2015). Pengaruh Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Kirana di Kabupaten Sleman. *Ekonomika Dan Bisnis*, 5, 1–16.