
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SOSIS BAKAR KING'S KOTA BANJARBARU

Arinie Saputeri [✉], M. Zainal Abidin

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ULM Banjarmasin

E-mail: arinie_p@ymail.com

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2), dan lokasi (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru dan Martapura dengan jumlah sampel sebanyak 75 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*. Data dikumpulkan dengan metode survey melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen yang datang di outlet Sosis Bakar King's yaitu di Kota Banjarbaru dan Martapura. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect of product quality (X1), service quality (X2), and location (X3) on customer satisfaction (Y) Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru. The population used in this study were consumers of Sosis Bakar King's City Banjarbaru and Martapura with a total sample of 75 respondents. The sampling technique in this study was carried out by purposive sampling technique. Data was collected by survey method through a questionnaire distributed to consumers who came at the Bakar King's Sausage outlet, namely in the City of Banjarbaru and Martapura. The results of this study prove that product quality has an effect on consumer satisfaction Sosis Bakar King's City Banjarbaru. The quality of service has an effect on the customer satisfaction of Bakar Sausage King's Banjarbaru City and its location has an influence on consumer satisfaction Sosis Bakar King's Banjarbaru City.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Location, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Sosis merupakan jenis olahan daging yang cukup populer ditandai dengan banyaknya penggemar makanan ini. Semakin meningkatnya popularitas makanan sosis di tengah masyarakat membuat jenis sosis menjadi beranekaragam di pasaran, mulai dari sosis ayam, sosis sapi, sosis ikan, sosis udang dan jenis sosis lainnya. Tingginya kandungan gizi yang terdapat dalam sosis juga citarasa yang enak dan lezat membuat sosis banyak digemari masyarakat dari semua kalangan. Selain jenis sosis menurut bahan bakunya, sosis juga menjadi semakin beragam dengan variasi olahan dan cara penyajiannya. Salah satu jenis olahan sosis yang cukup populer dengan cara penyajiannya yang sederhana adalah sosis bakar.

Kualitas produk menurut Kotler (2005:49), adalah keseluruhan ciri dari suatu produk atau layanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat. Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun usahanya. Konsumen akan membeli produk jika merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. (Gerson, 2004) mendefinisikan “kepuasan pelanggan sebagai persepsi bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui”.

Kualitas layanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml, 1998).

Hal berikutnya yang perlu diperhatikan adalah masalah lokasi. Menurut Tjiptono dan Chandra (2005), pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut: (a) Akses, (b) Visibilitas, (c) Lalu lintas, (d) Tempat parkir, (e) Ekspansi, (f) Lingkungan, (g) Kompetisi, dan (h) Peraturan Pemerintah yang berisi ketentuan untuk mengatur lokasi dari sebuah usaha-usaha tertentu.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini adalah menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru. Adapun tujuan penelitian ini yaitu: (1) apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sosis bakar King's di Banjarbaru; (2) apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen sosis bakar King's di Banjarbaru; (3) apakah ada pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen sosis bakar King's di Banjarbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kotler & Amstrong, (2008) mengemukakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan karena kualitas produk dapat dinilai dari kemampuan produk tersebut untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan tersebut ditegaskan pula oleh Chase dan Aguilano (1995) dalam Pramita (2010), berpendapat bahwa kualitas dari suatu produk ditentukan oleh pelanggan melalui karakteristik yang ada pada suatu produk dan jasa, dimana puas dan tidaknya pelanggan dipengaruhi oleh nilai yang didapat dengan mengkonsumsi suatu produk.

Kualitas Layanan

Tjiptono dan Chandra (2005) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah fungsi harapan pelanggan pada pra pembelian, pada proses penyediaan kualitas yang diterima dan pada kualitas output yang diterima. Sehingga definisi kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Layanan merupakan suatu proses pasti ada input dan output yang diproses dalam suatu layanan yaitu konsumen itu sendiri, material dan informasi.

Semakin baik layanan yang ditawarkan kepada konsumen maka konsumen atau pelanggan akan semakin puas. Jika kualitas layanan yang diterima oleh konsumen sesuai dengan harapannya, maka mereka berpandangan bahwa layanan tersebut memiliki kualitas yang bagus.

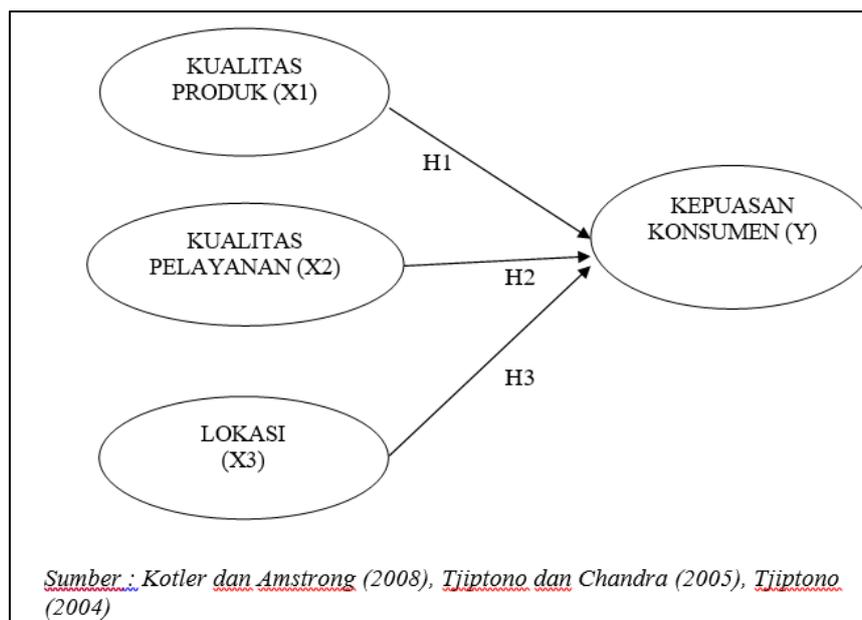
Lokasi

Tjiptono (2004:92) mengemukakan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Peter (2000:98) berpendapat bahwa lokasi yang baik menjamin akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Tjiptono (2004:56) mengatakan bahwa mood dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2002), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Bagi perusahaan yang berfokus pada konsumen, kepuasan konsumen adalah sasaran dan sekaligus alat pemasaran. Menurut (Tjiptono, 2008) terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat antara lain hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*wordofmouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kerangka konseptual penelitian



Gambar 1. Kerangka konseptual penelitian

Hipotesis

H₁ : Diduga Kualitas Produk mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

H₂ : Kualitas Layanan diduga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

H₃ : Lokasi diduga terdapat pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian kausalitas, yakni adanya hubungan sebab akibat. Sifat penelitiannya asosiatif. Jenis data kuantitatif. Populasi penelitian konsumen Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru dan Martapura. Teknik penentuan sampel *purposive sampling*, dengan kriteria: (1) responden adalah konsumen Sosis Bakar King's; (2) responden usia minimal 18 tahun; dan (3) responden pernah membeli produk minimal satu kali.

Definisi Operasional variabel penelitian

Tabel 1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator
Kepuasan Konsumen	Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (Amir, 2005). Kotler (2000) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse dan Wilson dalam Nasution, 2004)	Kesesuaian harapan 1. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. Minat berkunjung kembali 2. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan. Kesediaan merekomendasikan 3. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
Kualitas Produk	Kualitas Produk menurut Tjiptono (2008:34) memuat hal: Hasil Produk (<i>Performance</i>), Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (<i>Features</i>), kehandalan (<i>Reliability</i>), Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>Conformance to Specification</i>), Daya Tahan (<i>Durability</i>), Kegunaan (<i>Serviceability</i>), Estetika	1. Produk sesuai dengan harapan. 2. Produk memiliki ketahanan yang baik dibanding produk yang lain. 3. Porsi makanan sesuai dengan harapan. 4. Jaminan produk (higienis) 5. Cita rasa sesuai dengan harapan konsumen.

	(<i>Aesthetics</i>), dan Kualitas yang Dirasakan(<i>Perceived Quality</i>),	6.Kelengkapanberbagai pilihan menu. 7.Tampilan produk yang menarik. 8. Keunggulan rasa dari bumbu
Kualitas Layanan	Tjiptono (2001:70)menyimpulkan bahwa ada lima dimensi dari <i>Service Quality</i> yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu: <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik), <i>Reliability</i> (Keandalan), <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap), <i>Assurance</i> (Jaminan) dan <i>Empathy</i> (Kepedulian)	<i>Tangibles (bentuk fisik)</i> 1. Peralatan yang modern <i>Reliability(keandalan)</i> 1.Karyawan memberikan pesan pertama yang baik pada konsumen <i>Responsiveness (ketanggapan)</i> 1. Karyawan memberikan pelayanan yang cepat. <i>Assurance (asuransi)</i> 1. Karyawan berbicara dengan cara yang menyenangkan <i>Empathy (empati)</i> 1. Keramahan karyawan
Lokasi	Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. Lalu lintas, banyaknya orang yang berlalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya <i>impulse buying</i> , yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan atau tanpa perencanaan dan kepadatan dan kemacetan lalu lintas bias juga menjadi hambatan. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. Tjiptono (2007:92)	1.Akses lokasi mudah. 2.Mudah dilihat. 3.Berada di tempat strategis 4.Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman. 5.Kebersihan dan kenyamanan lingkungan

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data diantaranya uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji linieritas), analisis regresi linear dengan bantuan software SPSS.

Model dan persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini rumusnya adalah

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

HASIL DAN ANALISIS

Responden penelitian konsumen Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru dan Martapura Karakteristik responden menurut usia yang paling dominan pembelinya 16-20 tahun sebanyak 31 orang dengan persentase 41,33 %. Berdasarkan jenis kelamin laki-laki 29 orang dan Perempuan 46 orang. Untuk pendidikan terakhir paling dominan pembeli dengan tingkat SMA sebanyak 34 orang dengan persentase 45,33%. Berdasarkan pekerjaannya Pelajar/Mahasiswa paling sering membeli dengan 48%. Frekuensi pengunjung persentase 57,33% dengan kunjungan 2-5x lebih dominan. Pendapatan <1.000.000 juta rupiah yang sering membeli dengan persentase 36%.

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Signifikan	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,548	0,227	0,000	Valid
	X1.2	0,685	0,227	0,000	Valid
	X1.3	0,753	0,227	0,000	Valid
	X1.4	0,623	0,227	0,000	Valid
	X1.5	0,740	0,227	0,000	Valid
	X1.6	0,372	0,227	0,001	Valid
	X1.7	0,397	0,227	0,000	Valid
	X1.8	0,503	0,227	0,000	Valid
Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0,462	0,227	0,000	Valid
	X2.2	0,663	0,227	0,000	Valid
	X2.3	0,742	0,227	0,000	Valid
	X2.4	0,832	0,227	0,000	Valid
	X2.5	0,705	0,227	0,000	Valid
Lokasi (X3)	X3.1	0,553	0,227	0,000	Valid
	X3.2	0,839	0,227	0,000	Valid
	X3.3	0,674	0,227	0,000	Valid
	X3.4	0,758	0,227	0,000	Valid
	X3.5	0,582	0,227	0,000	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1.1	0,826	0,227	0,000	Valid
	Y1.2	0,741	0,227	0,000	Valid
	Y1.3	0,829	0,227	0,000	Valid

Sumber : Data Primer, diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 1 dari pernyataan variabel Kualitas Produk(X1),Kualitas Layanan (X2),Lokasi (X3) dan Kepuasan Konsumen (Y) dapat dikatakan valid karena memiliki r hitung > r tabel yaitu > 0,227 dan memiliki tingkat signifikansi < 0,05.

Uji Reabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Produk(X1)	0,716	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)	0,711	Reliabel
Lokasi (X3)	0,713	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,721	Reliabel

Sumber : Data Primer, diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 3 pertanyaan dari variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2), Lokasi (X3) dan Kepuasan Konsumen (Y) dapat dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas Kolgomorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.20834746
	Absolute	.116
Most Extreme Differences	Positive	.061
	Negative	-.116
Kolmogorov-Smirnov Z		1.000
Asymp. Sig. (2-tailed)		.270

Sumber : Data Primer, diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* sebesar 0,270. Berdasarkan kriteria uji normalitas, data terdistribusi normal jika *Asymp.Sig. (2-tailed)* > 0,05. Hal tersebut menyatakan bahwa Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Lokasi (X3) tidak mengalami gangguan distribusi normal dan telah memenuhi asumsi normalitas karena 0,270 > 0,050.

Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji

multikolonieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika $Tolerance > 0,10$ dan $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolonieritas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,361	2,766	Tidak terjadi multikolonieritas
Kualitas Layanan (X2)	0,282	3,544	Tidak terjadi multikolonieritas
Lokasi (X3)	0,535	1,868	Tidak terjadi multikolonieritas

Sumber : Data Primer, diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 5.30 dapat dijelaskan bahwa nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Lokasi (X3) tidak terjadi multikolonieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Signifikan	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,969	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Layanan (X2)	0,903	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Lokasi (X3)	0,504	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer, diolah (2018)

Berdasarkan pada Tabel 6 dijelaskan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Lokasi (X3) tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolute residual lebih dari 0,05.

Uji Linieritas

Tabel 7. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Nilai Signifikan	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,000	Linear
Kualitas Layanan (X2)	0,000	Linear
Lokasi (X3)	0,000	Linear

Sumber : Data Primer, diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 7 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi *Linearity* pada masing-masing variabel $< 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Lokasi (X3) memenuhi syarat atau kriteria uji linearitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koefisien Regresi (β)	t hitung	r partial	r partial ²	Sig	Signifikan/tidak
Kepuasan Konsumen (Y)	Kualitas Produk (X1)	0,334	3,136	0,349	0,201	0,002	Signifikan
	Kualitas Layanan (X2)	0,331	2,740	0,309	0,176	0,008	Signifikan
	Lokasi (X3)	0,281	3,202	0,355	0,205	0,002	Signifikan
Konstanta = -3,683				F hitung = 57,419			
R = 0,842				Sig F = 0,000			
R Square = 0,708				F tabel = 3,120			
Adjusted R Square = 0,696				t _{tabel} = 1,993			
SEE = 1,234							

Sumber : Data Primer, diolah (2018)

Persamaan garis regresi di atas dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar -3,683 menunjukkan bahwa apabila variabel independen yaitu Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Lokasi (X3) diasumsikan tidak ada, maka Kepuasan Konsumen (Y) sebesar -3,683.
- 2) Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,334 menunjukkan bahwa ada hubungan searah antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Jika kualitas produk meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat dan sebaliknya.
- 3) Koefisien regresi kualitas layanan sebesar 0,331 menunjukkan bahwa ada hubungan searah antara kualitas layanan dengan kepuasan konsumen. Jika kualitas layanan meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat dan sebaliknya.
- 4) Koefisien regresi lokasi sebesar 0,281 menunjukkan bahwa ada hubungan searah antara lokasi dengan kepuasan konsumen. Jika lokasi meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat dan sebaliknya.
- 5) *Standart Error of Estimate* (SEE), adalah ukuran kesalahan prediksi, dengan nilai sebesar 1,234. Artinya kesalahan yang terjadi dalam memprediksi kepuasan konsumen sebesar 1,234.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru

Penelitian ini menunjukkan bahwa hasil dari kualitas produk Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru adalah baik karena sebagian besar konsumen yang sudah membeli Sosis Bakar King's menyatakan setuju bahwa produk sesuai harapan, ketahanan produk baik, porsi sesuai harapan, produk higienis, cita rasa sesuai harapan, kelengkapan menu, tampilan produk menarik dan keunggulan rasa yang dimiliki membuat konsumen merasa puas membeli Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru, hal ini menyebabkan adanya pengaruh kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru (Y).

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru dan Martapura

Penelitian ini menunjukkan bahwa hasil dari kualitas layanan karyawan Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru adalah baik karena sebagian besar konsumen yang sudah membeli Sosis Bakar King's menyatakan setuju bahwa karyawan Sosis Bakar King's memberikan kesan pertama yang baik pada konsumen, memberikan pelayanan yang cepat, berbicara dengan cara yang menyenangkan, ramah terhadap konsumen dan memiliki peralatan yang modern sehingga membuat konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan karyawan Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru tersebut, hal ini menyebabkan adanya pengaruh kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan konsumen Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru dan Martapura (Y).

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru dan Martapura

Penelitian ini menunjukkan bahwa hasil dari lokasi Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru adalah baik karena sebagian besar konsumen yang sudah datang ke Sosis Bakar King's menyatakan setuju bahwa lokasi Sosis Bakar King's mudah dicari, dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal, berada di tempat yang strategis, memiliki tempat parkir yang luas, bersih dan nyaman sehingga membuat konsumen merasa nyaman untuk datang ke Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru dan Martapura, hal ini menyebabkan adanya pengaruh lokasi (X3) terhadap kepuasan konsumen Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan:

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru.
2. Kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru.
3. Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru.

Saran:

1. Hendaknya pemilik Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru terus mengembangkan dan mempertahankan kepuasan konsumen dari segi kualitas produk, kualitas layanan dan lokasi agar konsumen terus meningkat membeli di Sosis Bakar King's Kota Banjarbaru.
2. Untuk penelitian selanjutnya dapat diperluas pada seluruh UKM penjual sosis yang ada di Kota Banjarbaru dan menambah variabel penelitian lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan selain kualitas produk, kualitas layanan dan lokasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Chase, Richard B, F. Robert Jacobs and Nicholas J. Aquilano.. 2008. *Operations & Supply Management*, 12th Edition.
- Djarwanto, dan Subagyo, Pangestu, ((2000)), Statistik Induktif, Edisi 4, BPFE, Yogyakarta.
- Engel, James, F, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku. Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid 1. Penerbit Binarupa Aksara. Jakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Edisi ketiga, Fakultas Ekonomi UNDIP, Semarang.
- Giese and Cote. 2000. *Human Resource Management* (Terjemahan Benyamin Molan). Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia.

- MN. Nasution, (2005), *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*,. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Oliver, Riscrd L, (1997), *Satisfaction A Behavioral Perspective On The. Consumer*. McGraw-Hill Education, Singapore.
- Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi. Kedua. Jakarta; Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.