

---

---

# PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTAURANT PANDAWA DI HOTEL DARMAWAN PARK SENTUL

Frecillia Ananda BB<sup>1</sup>, Leonardo Indra Vitaharsa MM<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> STIE Pariwisata Internasional; Indonesia

\* Correspondence e-mail; [freciliaananda379@gmail.com](mailto:freciliaananda379@gmail.com); [leonardo@asaindo.ac.id](mailto:leonardo@asaindo.ac.id)

## Article history

Submitted: 2024/03/06; Revised: 2024/03/10; Accepted: 2024/03/12

## Abstract

This research aims to discuss and analyze product quality, price and location perceptions on consumer satisfaction at the Pandawa Restaurant at the Darmawan Park Sentul Hotel. The population in this study were all Darmawan Training and Consulting staff in all divisions. The research method used was accidental sampling. Data was collected through questionnaires from 150 customers at the Pandawa restaurant at the Darmawan Park Hotel. Data analysis was carried out using multiple linear regression analysis with the help of SPSS for Windows software. The results in this study show that product quality has a significant effect on customer satisfaction, price perception has a significant effect on customer satisfaction, and location has a significant effect on customer satisfaction.

## Keywords

product quality, price and location perceptions on consumer satisfactio



© 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

## PENDAHULUAN

Evolusi persaingan bisnis di indonesia sangat menarik untuk diamati di era globalisasi, industri perhotelan menghadapi persaingan sengit dari pemilik hotel multinasional. Industri pemasaran jasa mencakup sektor perhotelan. Peningkatan jumlah wisatawan dan kebutuhan akomodasi perusahaan mendorong perkembangan industri perhotelan di indonesia. Pemilik hotel sering mendengar bahwa lokasi, harga dan jenis akomodasi adalah pertimbangan utama pelanggan saat memilih hotel. Dengan demikian pemilik hotel harus siap bersaing dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Industri perhotelan adalah kombinasi dari produk dan jasa. Esensi layanan hotel adalah keramahan dan kemampuan staff dalam melayani, faktor kunci keberhasilan hotel adalah menyediakan pelayanan terbaik untuk memastikan kepuasan tamu.

Darmawan park adalah tempat terpadu dimana tiga generasi keluarga dan organsai memiliki kemampuan untuk berkumpul. Merayakan peristiwa istimewa, bermain, belajar,

dan menginap . darmawan park menjadi tempat yang ideal untuk segala jenis acara, mulai dari pernikahan dan reuni hingga pertemuan dan pelatihan berkat berbagai fasilitas yang tersedia dalam satu area. layanan pendukung lainnya seperti hotel ,ruang pertemuan, ballroom, area bagian outdoor, dan layanan lainnya termasuk dalam fasilitas. Di darmawan park juga terdapat tiga restaurant yaitu restaurant pandawa & bistro, el toro resto dan caffe cottage. Restaurant tersebut memiliki daya tarik pada layanannya yang menyesuaikan maknan dan minuman tersebut berasal, pada pandawa restaurant dan bistro ini menawarkan nikmatnya kuliner dari berbagai wilayah seperti nusantara, asia dan barat, sambil menyediakan variasi coffe, roti dan pastry untuk memuaskan para pecinta kuliner.

Keunikan pada restaurant pandawa & bistro itu memiliki perbedaan masing masing, seperti restaurant pandawa itu untuk umum bagi para tamu yang menginap, sedangkan untuk restaurant bistro hanya untuk khusus warga lansia senior care.

Darmawan park menjadi pilihan sempurna untuk berbagai jenis acara sosial seperti pertemuan, pernikahan, perayaan ulang tahun, pertemuan tahunan, dan reuni. Fasilitas lengkapnya juga mendukung perusahaan dan organisasi dalam menyelenggarakan pertemuan, pelatihan pembinaan tim dan seminar. Selain itu, tempat ini cocok untukacara komunitas, termasuk festival, konser, pertunjukan dan berbagai even lainnya. Keunikan dari hotel darmawan park lainnya adalah ketersediaannya setra kegiatan lansia senior dari sentra kegiatan rukun senior living sebagai generasi pertama.

Menurut (Petricia dan Syahputra 2015) Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang menentukan posisi pemasaran produk, fitur atau layanannya berdasarkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Sedangkan menurut (“Philip kotler” 2006) kualitas produk ( product quality) sebagai alat penentuan positioning yang terpenting bagi pemasar, kualitas mempunyai dampak langsung terhadap kinerja suatu produk atau layanan. dengan demikian juga mempengaruhi nilai dan kepuasan pelanggan. Kualitas melampaui definisi sempit dan dapat didefinisikan sebagai perusahaan yang berorientasi pada pelanggan yang menentukan kualitas memulai penciptaan nilai dan evaluasi pelanggan. Kualitas produk adalah dunia bisnis dimana spesifikasi produk disesuaikan dengan kebutuhan konsumen baik atau buruknya . kualitas produk atau jasa dimata pengguna. Semakin baik kualitas produk semakin banyak pelanggan yang ingin membelinya.

Di restaurant terdapat vasilitas yang nyaman untuk membuat para pengunjung merasa senang saat menikmati hidangan. Secara umum, restaurant dirancang agar terlihat lebih eksklusif dari pada warung maknan biasa. Restaurant yang mampu menciptakan hidangan kreatif dan inovatif dapat membedakan diri dari pesaing. Keunggulan ini dapat menciptakan citra unik untuk restaurant dan menarik perhatian pelanggan yang mencari pengalaman kuliner yang istimewa.

Menurut (Keller 2012) Pengertian Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk yang ingin mereka miliki. Harga bertindak sebagai

mekanisme ekonomi dimana barang dapat didistribusikan di antara pelanggan di pasar. Harga menunjukkan berapa banyak tawaran yang telah dibuat dan berapa banyak tawaran yang tersedia. Demikian pula harga nominal sangat penting dalam transaksi jual beli dari produsen ke konsumen. Hal ini memudahkan dalam menentukan harga impas suatu produk berdasarkan nilai keekonomiannya

Menurut (Harsono et al. 2018) Persepsi harga merujuk pada cara individu atau kelompok melihat dan mengevaluasi harga suatu produk atau layanan. Ini mencakup pandangan subjektif terhadap nilai yang diberikan oleh harga terhadap manfaat atau kualitas yang diharapkan dari produk atau layanan tersebut. Pada restaurant pandawa memiliki makanan yang sangat bervariasi, betupula pelayanan yang di berikan sangat ramah dan baik , salah satu menu favorit disini adalah Konro bakar karebosi rasapun cukup worth it sekali dengan harga yang relatif. Tidak hanya konro bakar karebosi saja tapi banyak menu lain yang juga menjadi makanan terbaik yang banyak diminati dan harganyapun sangat relatif.

Menurut (P. Kotler dan Armstrong 2010) Lokasi adalah area dimana perusahaan melakukan berbagai kegiatan untuk memastikan bahwa produknya mudah diakses dan tersedia bagi konsumen. Distribusi memainkan peran yang sangat signifikan dalam membantu perusahaan memastikan ketersediaan produknya di pasar.

Lokasi menurut Tjiptono (2015) lokasi mengacu pada berbagai kegiatan marketing untuk mempersiapkan distribusi barang kepada konsumen. Tujuan dari strategi lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktifitas usaha di lakukan untuk menyebutkan wilayah (diantaranya jalur atau area). Strategi yang diterapkan dalam analisis lokasi berfokus pada minimalis biaya, karena perusahaan manufaktur mendapati bahwa biaya sangat bervariasi dari satu lokasi ke lokasi lain. Lokasi restaurant pandawa ini terletak di kawasan Darmawan Park, Rukun Senior Living, Jl. Babakan Madang No.99, Sentul, Babakan Madang, Bogor Regency, West Java 16810 dekat dengan kota.

Lokasi hotel cukup strategis dan akses jalan mudah di jangkau dan memiliki daya tarik yang cukup baik yaitu memiliki suasana yang berbeda seperti dikelilingi pohon besar yang membuat pemandangan menjadi indah, udara sejuk yang membuat para tamu menjadi nyaman dan betah saat menginap di hotel darmawan park sentul.

Menurut (P. Kotler dan Keller 1997). Kepuasan pelanggan merupakan kebahagiaan atau kesedihan yang timbul ketika seseorang membandingkan gambar. Performa atau hasil produk yang memenuhi harapan. Hal ini dapat berdampak negatif terhadap profitabilitas perusahaan, dimana jumlah pelanggan berkurang dan konsumen kehilangan minat menggunakan jasa perusahaan sehingga melemahkan hasil perusahaan.

Sedangkan menurut Tjiptono (2006) Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dialaminya dengan ekspektasinya. Ragam menu bervariasi dengan beberapa hidangan spesial. Meskipun lokasinya di dalam kawasan

Darmawan Park, patut untuk dikunjungi demi konro bakar karebosi yang disajikan dengan nasi hangat menjadi menu favorit di setiap pengunjung. Dagingnya gurih dan memiliki ciri khas untuk menarik pengunjung kembali dan lunak dengan bumbu yang pas saat diolahnya. Berbagai menu cukup menarik bagi pengunjung yang ingin singgah dan merasakan berbagai macam aneka menu di restaurant pandawa.

### **Tujuan Teori dan Pengembangan Hipotesis**

#### **Kualitas Produk**

Menurut (P. R. Kotler 2001) Kualitas Produk Merupakan ciri produk yang mampu memuaskan kebutuhan tersembunyi yang telah ditetapkan. Dalam hal ini produk adalah sesuatu yang dapat dijual untuk mendapatkan perhatian atau melakukan pembelian kepada konsumen. Adapula indikator dalam kualitas produk yaitu performance (kinerja), durability (daya tahan), conformance to specification (kesesuaian dengan spesifikasi), features (fitur), reliability (reliabilitas), aesthetics (estetika), perceived quality (kesan kesulitan), serviceability.

Di Indonesia, bisnis kuliner telah mengalami pertumbuhan yang cepat dan merasakan intensitas persaingan yang ketat. Makanan dan minuman merupakan kebutuhan esensial bagi setiap individu. Untuk itu, industri food and beverages menjadi salah satu industri yang berhasil mencapai pertumbuhan pendapatan tinggi dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman juga didukung oleh kewirausahaan masyarakat. Restoran yang mampu menciptakan hidangan kreatif dan inovatif dapat membedakan diri dari pesaing. Keunggulan ini dapat menciptakan citra unik untuk restoran dan menarik perhatian pelanggan yang mencari pengalaman kuliner yang istimewa.

Menurut (Ernawati 2019) Kualitas produk memiliki peran signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian setiap pelanggan. Semakin unggul kualitas produk, semakin tinggi peminat konsumen untuk membelinya.

#### **H1 : Kualitas Produk berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan**

#### **Persepsi Harga**

Menurut (Armstrong 2009) Harga merupakan sejumlah uang yang perlu dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang belum tercapai. Penetapan harga adalah strategi pemilik restoran untuk menentukan berapa harga yang harus dibayar untuk setiap hidangan. Secara sederhana, ini melibatkan penghitungan biaya yang diperlukan untuk membuat setiap hidangan dan membebaskan biaya yang cukup untuk menghasilkan keuntungan.

Indikator persepsi harga menurut (Kusdyah 2012) indikator variable persepsi harga terjangkau, sesuai layanan yang akan di terima, sesuai fasilitas yang akan di terima, lebih murah dari pesaing.

Menurut (Petricia dan Syahputra 2015) Terdapat empat variabel independen yang

dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, kesesuaian harga, keterjangkauan harga dan keinerja, persepsi harga merupakan cara konsumen menilai tinggi rendahnya harga. Hal ini berdampak besar terhadap minat dan keputusan pembelian. Persepsi harga mengacu pada persepsi pelanggan dan berkaitan erat dengan informasi harga.

Salah satu menu favorit di restaurant pandawa adalah Konro bakar karebosi rasapun cukup worth it sekali dengan harga yang relatif.. Tidak hanya konro bakar karebosi saja tapi banyak menu lain yang juga menjadi makanan terbaik yang banyak diminati dan harganyaapun sangat relatif

## **H2 : Persepsi harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan**

### **Lokasi**

Menurut (Rianto dan Simanjourang 2019) Tempat atau lokasi merupakan suatu ruang fisik yang mempunyai peranan penting dan strategis terhadap kegiatan yang dapat mempengaruhi tercapainya tujuan suatu usaha ekonomi. Lokasi merupakan tempat dimana suatu perusahaan melakukan atau menjalankan aktivitasnya dalam proses produksi barang dan jasa yang terkait dengan produknya, sambil memberikan pelayanan kepada pelanggan secara efisien dan obyektif.

Indikator lokasi menurut (Swastha 2002) adalah 1) Performance (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. 2) Durability (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan sebelum produk tersebut harus diganti.

Lokasi yang strategis dan terarah menentukan keberhasilan masa depan perusahaan. Karena perusahaan sangat mempengaruhi keputusan pasar sasaran ketika mengambil keputusan pembeli (Ramadhan dan Mahargiono 2020) Pemilik bisnis harus cerdas dalam memilih tempat menjalankan bisnisnya, hal ini dikarenakan kami telah memilih lokasi yang strategis dan nyaman. Bisnis akan lebih menguntungkan, terutama yang dekat dengan kerja pelanggan.

Lokasi restaurant pandawa ini terletak di kawasan Darmawan Park, Rukun Senior Living, Jl. Babakan Madang No.99, Sentul, Babakan Madang, Bogor Regency, West Java 16810 dekat dengan kota, Lokasi hotel cukup strategis dan akses jalan mudah di jangkau dan memiliki daya tarik yang cukup baik yaitu memiliki suasana yang berbeda seperti dikelilingi pohon besar yang membuat pemandangan menjadi indah, udara sejuk yang membuat para tamu menjadi nyaman dan betah saat menginap di hotel darmawan park sentul.

## **H3 : lokasi berpengaruh terhadap Pelanggan**

### **Kepuasan Konsumen**

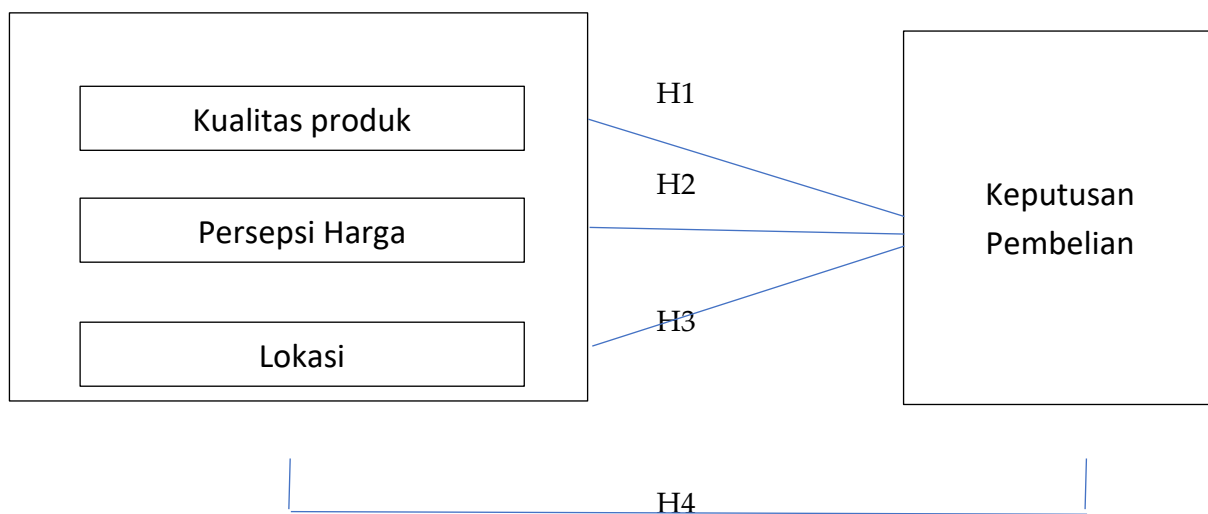
Menurut (F. Tjiptono 2015) Kepuasan pelanggan adalah bagian penting dari strategi pemasaran baru, dan jika perusahaan dapat menciptakan dan mempertahankan pelanggan, maka perusahaan dapat memenangkan persaingan. Berikut indikator dari kepuasan

konsumen yaitu , keandalan (reliability), koresponsifan (responsiveness), keyakinan (confidence), empati (Empaty), Berwujud (Tangible).

Menurut (Moha dan Loindong 2016) Kepuasan konsumen diartikan sebagai kebahagiaan atau kekecewaan seseorang akibat membandingkan kinerja (atau hasil) suatu produk dengan harapan konsumen. Dalam dunia korporasi atau industri, kepuasan pelanggan dapat mendatangkan banyak manfaat. Salah satunya adalah produk yang di tawarkan oleh penjual dan di beli berulang kali oleh konsumen karna konsumen merasa puas atau mereka mendapatkan apa yang mereka butuhkan dari produk anda. Meskipun lokasinya di dalam kawasan Darmawan Park, patut untuk dikunjungi demi konro bakar karebosi yang disajikan dengan nasi hangat menjadi menu favorit di setiap pengunjung. Dagingnya gurih dan memiliki ciri khas untuk menarik pengunjung kembali dan lunak dengan bumbu yang pas saat diolahnya. Berbagai menu cukup menarik bagi pengunjung yang ingin singgah dan merasakan berbagai macam aneka menu di restaurant pandawa.

**H4 : Kualitas Produk, Presepsi Harga, dan lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasar pemaparan di atas, berikut merupakan kerangka berfikir didalam studi ini:



**Gambar 1 kerangka berfikir**

**Hipotesis dari penelitian ini adalah :**

H1 : Kualitas Produk berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan

H2 : Persepsi harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

H3 : lokasi berpengaruh terhadap Pelanggan

H4 : Kualitas Produk, Presepsi Harga, dan lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

## METODE

Studi ini bertujuan untuk mengungkapkan dampak kualitas produk, persepsi harga, dan lokasi terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Restaurant Pandawa, yang berlokasi di Hotel Darmawan Park. Hipotesis yang diajukan adalah bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (H1), persepsi harga berkontribusi secara positif terhadap kepuasan pelanggan (H2), dan lokasi juga memengaruhi kepuasan pelanggan secara positif (H3). Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih dalam tentang faktor-faktor ini dalam konteks industri layanan makanan dan minuman.

Metode penelitian yang digunakan melibatkan pengumpulan data dari 150 konsumen yang membeli produk di restoran tersebut. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert lima poin, yang kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Analisis ini dilakukan untuk menguji validitas hipotesis yang diajukan dan untuk memahami seberapa besar kontribusi masing-masing faktor terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi manajemen restoran dalam meningkatkan kualitas layanan mereka, serta memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara kualitas produk, persepsi harga, lokasi, dan kepuasan pelanggan, diharapkan perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang lebih efektif dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan memperkuat reputasi mereka di pasar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Teknik Pengumpulan Data

Data utama adalah informasi yang diperoleh langsung pada sumber primer. Isi utama penelitian ini terdiri dari data yang diperoleh selama proses distribusi untuk mempelajari sampel yang diberikan, yakni konsumen pada restaurant pandawa di hotel darmawan. Informasi tersebut diaplikasikan untuk mengidentifikasi respons konsumen mengenai kompensasi, motivasi, dan budaya organisasi yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka di Restoran Pandawa di Hotel Darmawan.

Gambaran responden yang bertujuan untuk memperoleh hasil atau gambaran responden tentang kepuasan pembelian di restaurant pandawa di hotel darmawan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, jumlah kunjungan dan domisili.

**Tabel 1.** Profile responden

No	Profil	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
----	--------	----------	-----------	----------------

1	Jenis kelamin	Laki laki	50,3	50,3 %
		Perempuan	49,7	49,7 %
2	Usia	Dibawah 17 – 20 Tahun	42,5	42,5 %
		21 – 30 Tahun	54,6	54,6 %
		31 – 40 Tahun	5	5 %
		Diatas 41 Tahun	0	0 %
3	Pekerjaan	Mahasiswa	41,4	41,4 %
		Pegawai Negeri	41,4	41,4 %
		Pegawai Swasta	4	4 %
		Wiraswasta	14,9	14,9 %
4	Kunjungan	2 Kali	57,5	57,5 %
		3 – 5 Kali	33,9	33,9 %
		Diatas 6 Kali	8,6	8,6 %
5	Domisili	Bogor	75,3	75,3 %
		Luar Bogor	24,7	24,7 %

### Uji Validitas

Uji Validitas adalah pengujian instrumen data yang mengukur apa saja yang hendak diukur. Satu soal dapat dikatakan valid apabila mempunyai korelasi yang signifikan dengan skor total, yang menunjukkan bahwa satu soal tersebut mendukung sesuatu yang ingin diungkapkannya. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden dalam suatu kuensioner yang dimaksudkan untuk mengungkapkan sesuatu.

Ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat ukur tersebut dapat memberikan hasil yang sesuai dengan maksud pengukuran tersebut. Pengujian validitas kuesioner dilakukan dengan teknik *Corrected Item Total Correlation*. Teknik uji validitas tersebut dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor item totalnya. Satu pertanyaan dikatakan valid jika  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  dan apabila satu pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid, jika  $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ .

Pada uji validitas ini diambil responden sejumlah 150 konsumen Darmawan Park Hotel and Research Center Jl. Babakan Madang Sentul Bogor no. 99 Sentul City Bogor. Kemudian data tersebut dianalisis menggunakan teknik *Corrected Item Total Correlation* pada *level of significant* 5% (0,05)  $r\text{ tabel} = 0.1593$ . Software SPSS Versi 25 digunakan dalam proses pengolahan data.

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas

Kode Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0.814	0.1593	VALID
X1.2	0.837	0.1593	VALID
X1.3	0.836	0.1593	VALID



X1.4	0.821	0.1593	VALID
X1.5	0.892	0.1593	VALID
X1.6	0.828	0.1593	VALID
X1.7	0.873	0.1593	VALID
X1.8	0.812	0.1593	VALID
X2.1	0.886	0.1593	VALID
X2.2	0.899	0.1593	VALID
X2.3	0.857	0.1593	VALID
X2.4	0.862	0.1593	VALID
X3.1	0.907	0.1593	VALID
X3.2	0.893	0.1593	VALID
Y1	0.814	0.1593	VALID
Y2	0.904	0.1593	VALID
Y3	0.857	0.1593	VALID
Y4	0.861	0.1593	VALID
Y5	0.837	0.1593	VALID

Hasil pengamatan pada R<sub>tabel</sub> didapatkan nilai dari sampel (X) = 150 sebesar 0,1593. Didapatkan hasil uji validasi yang dihasilkan bahwa semua instrument mulai dari variabel X1,X2,X3 dan Y semua menghasilkan nilai R<sub>hitung</sub> > R<sub>tabel</sub>, sehingga dapat di simpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian dapat dikatakan valid.

### Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mengetahui kuensioner alat ukur pada penelitian yang menggunakan kuensioner. Pentingnya untuk diingat bahwa reliabilitas bukanlah satu-satunya aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan instrumen pengukuran, validitas, seperti yang dibahas sebelumnya, juga penting untuk memastikan bahwa instrumen tersebut benar-benar mengukur apa yang diinginkan. Oleh karena itu, selain uji reliabilitas, uji validitas juga perlu dilakukan untuk memastikan keakuratan dan ketepatan instrumen pengukur (I. Ghozali 2018).

Pada uji reliabilitas ini digunakan metode dengan mengukur skala rentangan (dalam bentuk skala Likert 1-5). Uji reliabilitas menggunakan teknik cronbach alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha-nya lebih besar daro 0,070 (>0,7). Jika cronbach's alpha <0,70 maka pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tidak reliabel.

**Tabel 3.** Hasil Uji Reabilitas

Variabel	R Hitung	Nilai	Status
----------	----------	-------	--------

		Cronbach Alpha	
Kualitas Produk (X1)	0,940	0.70	Reliabel
Perspektif Biaya (X2)	0,899	0.70	Reliabel
Lokasi (X3)	0,765	0.70	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,910	0.70	Reliabel

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2018), dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas menggunakan *exact test Monte Carlo* adalah sebagai berikut:

- a) Jika probabilitas signifikansi (p-value) lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data yang sedang diuji terdistribusi secara normal
- b) Jika probabilitas signifikansi (p-value) lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data yang sedang diuji tidak terdistribusi secara normal.

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardized Residual
N			150
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		1,71815777
Most Extreme Differences	Absolute		0,093
	Positive		0,093
	Negative		-0,060
Test Statistic			0,093
Asymp. Sig. (2-tailed)			.003 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.144 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,135
		Upper Bound	0,153

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas dengan menggunakan metode *exact test Monte Carlo* dalam melakukan pengujian Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat confidence level sebesar 95%. didapatkan hasil signifikan dari uji normalitas sebesar 0.144, dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji tes normalitas pada penelitian ini adalah terdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Menurut (I. Ghozali 2016) menyatakan jika uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Apabila terdapat variabel independen yang saling berkorelasi dapat dikatakan bahwa variabel tersebut tidak orthogonal (Wibowo dan Ghozali 2018).

Multikolinieritas juga dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF (variance inflation factor). Ukuran tersebut menunjukkan disetiap variabel independen dijelaskan variabel independen yang lainnya, maka nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF = 1 / tolerance$ ) nilai cutoff yang umumnya di pakai untuk menunjukan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$  (Alawiyah, Ghozali, dan Suwarsito 2019). Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1.TOTAL	0,201	4,966
	X2.TOTAL	0,218	4,579
	X3.TOTAL	0,339	2,954

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

Dari hasil perhitungan yang ada pada tabel hasil uji multikolinieritas, variabel bebas menunjukkan bahwa nilai tolerance X1 sebesar 0,201, X2 sebesar 0,218, dan X3 sebesar 0,339. Semua nilai tolerance tersebut bernilai  $> 0,1$ . Sementara nilai dari VIF X1 sebesar 4.966, X2 sebesar 4.579, dan X3 sebesar 2.954. Semua nilai VIF tersebut bernilai  $< 10,00$ . Sehingga dapat

disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas terjadi karena adanya kesalahan atau karena residu model yang diuji tidak mempunyai varian yang konstan antar pengamatan. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan memperoleh sisa nol dari regresi awal mode, kemudian mutlak setelah mendapat sisa nol. Hasil dari pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 6.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		T	Sig.
1	(Constant)	4,375	0,000
	X1.TOTAL	0,372	0,711
	X2.TOTAL	0,994	0,322
	X3.TOTAL	0,982	0,328

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Dari hasil uji multikolinieritas menggunakan uji *glejser* menunjukkan hasil signifikansi dari variabel bebas atau variabel X1 sebesar 0.711, X2 sebesar 0.322, dan X3 sebesar 0.328, nilai diatas lebih besar dari standar signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

**Uji linearitas**

Uji linearitas digunakan untuk memeriksa apakah hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) bersifat linier atau tidak. Uji ini penting karena analisis regresi linier mengansumsi bahwa hubungan antara variabel tersebut bersifat linier, jika hubungan tersebut tidak linier maka model regresi linier mungkin tidak sesuai atau tidak memberikan hasil yang akurat. (1) jika nilai p-value lebih besar dari 0,05, maka tidak cukup bukti untuk menolak hipotesis nol, dan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier antara variabel X dan Y. (2) jika nilai p-value kurang dari atau sama dengan 0,05, maka terdapat cukup bukti untuk menolak hipotesis nol, dan dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan linier antara variabel X dan Y. Adapun hasil uji linieritas dapat dilihat di bawah ini:

**Tabel 7.** Uji Linieritas Kualitas Produk

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y.TOTAL * X1.TOTAL	Between Groups	(Combined)	2890,210	27	107,045	28,189	0,000
		Linearity	2677,133	1	2677,133	704,991	0,000
		Deviation from Linearity	213,077	26	8,195	2,158	0,003
	Within Groups		463,283	122	3,797		
	Total		3353,493	149			

Berdasarkan Tabel diatas, nilai signifikansi variabel Kualitas Produk pada nilai 0,003 dan nilai tersebut lebih rendah dibandingkan dengan nilai signifikansi 0,05 sehingga tidak terdapat hubungan linier secara signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

**Tabel 8. Uji Linieritas Persepsi Harga**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y.TOTAL * X2.TOTAL	Between Groups	(Combined)	2767,263	15	184,484	42,169	0,000
		Linearity	2566,945	1	2566,945	586,750	0,000
		Deviation from Linearity	200,319	14	14,308	3,271	0,000
	Within Groups		586,230	134	4,375		
	Total		3353,493	149			

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi variabel Persepsi Harga pada nilai 0,000 dan nilai tersebut lebih rendah dibandingkan dengan nilai signifikansi 0,05 sehingga tidak terdapat hubungan linier secara signifikan antara Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

**Tabel 8. Uji Linieritas Lokasi**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

Y.TOTAL * X3.TOTAL	Between Groups	(Combined)	2622,230	8	327,779	63,201	0,000
		Linearity	2419,175	1	2419,175	466,458	0,000
		Deviation from Linearity	203,056	7	29,008	5,593	0,000
	Within Groups	731,263	141	5,186			
	Total	3353,493	149				

Berdasarkan Tabel diatas, jika nilai signifikansi untuk variabel Lokasi adalah 0,000, menyatakan bahwa terdapat hubungan linier yang signifikan antara lokasi dan kepuasan konsumen, bukan bahwa tidak ada hubungan, semakin kecil nilai signifikansi semakin kuat bukti untuk menolak hipotesis nol.

### Uji F

Uji F/Anova menentukan apakah regresi linier berganda dapat memprediksi kepuasan konsumen di restoran pandawa berdasarkan kualitas produk, persepsi harga dan lokasi.

### Koefisien Determinasi ( R-Square)

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) didefinisikan sebagai berapa besar kekuatan variabel eksogen menjelaskan keragaman variabel endogen.  $R^2$  yang disesuaikan adalah  $R^2$  di koreksi dari kesalahan standar nilai adjusted  $R^2$  menggambarkan bobot yang lebih substansial dari pada  $R^2$  dalam menilai suatu konstruksi.

**Tabel 9.** Hasil Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2913,635	3	971,212	322,370	,000 <sup>b</sup>
	Residual	439,858	146	3,013		
	Total	3353,493	149			

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

b. Predictors: (Constant), X3.TOTAL, X2.TOTAL, X1.TOTAL

### Uji-t

Uji-t digunakan untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor independen mempengaruhi kualitas suatu produk secara keseluruhan (keputusan pembelian). SPSS 25 laporan setiap tes.

**Tabel 10.** Hasil Uji-t

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,805	,609		1,322	,188
	X1.TOTAL	,248	,043	,390	5,838	,000
	X2.TOTAL	,365	,080	,291	4,542	,000
	X3.TOTAL	,726	,120	,313	6,070	,000

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

## KESIMPULAN

Bedasarkan analisis dan penelitian terhadap kualitas produk, persepsi harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada restaurant panda di hotel darmawan park sentul. Kesimpulan penelitian ini menyatakan bahwa : 1. Kualitas produk, persepsi harga dan lokasi pada Restoran Pandawa di Hotel Darmawan Park Sentul, namun restoran tersebut masih mampu mengatasi kendala tersebut dengan strategi berinovasi dan penurunan harga. 2. Diusulkan untuk mengeksplorasi aspek selain citra merek, kepuasan pelanggan dan kualitas layanan yang mempengaruhi keputusan pembelian. 3. Meskipun lokasinya di dalam kawasan Darmawan Park, patut untuk dikunjungi demi konro bakar karebosi yang disajikan dengan nasi hangat menjadi menu favorit di setiap pengunjung. Dagingnya gurih dan memiliki ciri khas untuk menarik pengunjung kembali dan lunak dengan bumbu yang pas saat diolahnya. 4. Pentingnya peran penulis atau peneliti dalam mengawasi penyelesaian jawaban atau membaca tanggapan responden agar hasilnya akurat dan mewakili keadaan yang sebenarnya. 5. Uji validasi dan rehabilitas menggukan metode korelasi product moment terhadap 150 konsumen restaurant pandawa yang membeli produk, sampel dengan tingkat siqnifikasi  $\alpha = 5\%$ . Dari 8 pertanyaan yang disampaikan kepada responden pada variabel kualitas produk, seluruhnya memiliki siqnifikansi  $< 0,05$ , sehingga seluruhnya dinyatakan valid 6. Dengan memberikan panduan yang jelas dan berbasis teori, hasil penelitian yang dapat menjadi landasan yang kuat bagi penelitian lanjutan dalam domain pilihan pembelian dan dapat memberi kontribusi signifikan terhadap pemahaman kita tentang perilaku konsumen.

## REFERENSI

- Alawiyah, Sufi, Syukri Ghozali, dan Suwarsito Suwarsito. 2019. "Pengaruh Lingkungan dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar." *Jurnal Studi Guru dan Pembelajaran* 2 (2): 134–38. <https://doi.org/10.30605/jsgp.2.2.2019.1369>.
- Armstrong, Mark. 2009. "Munich Personal RePEc Archive The theory of access pricing and interconnection The Theory of Access Pricing and Interconnection," no. 15608.

- Bailia, Jefry F.T., Agus Supandi Soegoto, dan Sjendry Serulo R. Loindong. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado." *Jurnal EMBA* 2 (3): 1768–80.
- Ernawati, Sri. 2019. "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Luwak White Coffee Di Kota Bima." *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)* 1 (4): 1055–68. <https://doi.org/10.61930/jurbisman.v1i4.326>.
- Ghozali, Imam. 2016. "Risk governance & control: Financial markets and institutions." *VIRTUS interpress* 4 (2): 85–159.
- — —. 2018. "Jaes-imang," no. September.
- Ghozali, Muhammad Imam. 2018. "Perancangan Troli Ergonomi pada Aktivitas Pengangkutan Beras di Penggilingan Padi." *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri* 2 (2): 111. <https://doi.org/10.30656/jsmi.v2i2.840>.
- Gulla, Rendy, Sem George Oroh, dan Ferdy Roring. 2015. "Analysis of Price, Promotion, and Service Quality To Consumer Satisfaction on Manado Grace Inn Hotel." *Jurnal EMBA* 3 (1): 1313–22.
- Harsono, Dwi, S Sos, D Ph, Dra Lena Satlita, M Si, Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik, dan Universitas Negeri. 2018. "ANALISIS KARAKTERISTIK GENTRIFIKASI PADA KAWASAN SOLO BARU SUKOHARJO : TINJAUAN DARI PENYEBAB DAN DAMPAK RUANG-FISIK GENTRIFIKASI."
- Keller, kotler dan. 2012. *Sales promotion: From a company resource to a customer resource. Marketing Management: A Cultural Perspective*. <https://doi.org/10.4324/9780203357262>.
- Koff, Matthew F., Patrick Virtue, Joseph P. Lipman, Robert J. Hotchkiss, dan Hollis G. Potter. 2012. "The Use of MRI Modeling to Enhance Osteochondral Transfer in Segmental Kienböck's Disease." *Cartilage* 3 (2): 188–93. <https://doi.org/10.1177/1947603511415842>.
- Kotler, Philip, nancy lee. 2008. *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*.
- Kotler, Philip. 2014. "Kotler on Marketing; Lateral Marketing: Ten Deadly Marketing Sins; and Corporate Social Responsibility. In addition, he has published more than one hundred articles in leading journals, including the Harvard Business Review, Sloan Management Review." *California Management Review, the Journal of Marketing, the Journal of Marketing Research, Management Science, the Journal of Business Strategy*.
- Kotler, Philip, dan Armstrong. 2010. "Marketing." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (9): 1689–99.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 1997. "Marketing Management, 15th Edition." *Pearson Education Limited*, 942.
- Kotler, Philip R. 2001. "Marketing Management," 768. <http://www.amazon.co.uk/Marketing-Management-Philip-R-Kotler/dp/0130336297>.
- Kusdyah, Ike. 2012. "Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, Dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya)." *Jurnal*



- Manajemen Pemasaran* 7 (1): 25–32. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.7.1.25-32>.
- Lupiyoadi, Rambat. 2020. "Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa." *Veterinary Pathology* 47 (2): 202–13.
- Moha, Sartika, dan Sjendry Loindong. 2016. "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado." *Jurnal EMBA* 4 (1): 575–84. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11715>.
- Peter, J, Paul & Olson, Jerry, C. 2010. "Consumers Behavior and Marketing Strategy Ninth Edition," 160 dan 447.
- Petricia, Diana Kualitas pr, dan Syahputra. 2015. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Progo Bandung)." *Jurnal Ekonomi* 2 (2): 2117–24.
- "Philip kotler." 2006.
- Ramadhan, Dwiki, dan Pontjo Bambang Mahargiono. 2020. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya." *Jurnal Ilmu dan ...* 9 (5): 2. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3072>.
- Rianto, dan Simanjorang. 2019. "Analysis of the Influence of Brand Image , Reference Group , Location on Purchases At Warkop." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam E-ISSN:* 6 (2).
- Sari, Lidia Kurnia, dan Euis Soliha. 2018. "Kualitas layanan, Persepsi Tingkat Suku Bunga Dan Lokasi terhadap kepuasan nasabah." *Prosiding SENDI\_U*, 978–79.
- Sugiono. 2013. "Metode\_Penelitian\_\_Sugiyono\_20 (1).pdf."
- Sugiono 2016 dalam Fakhri. 2021. "Metode Penelitian Purposive Sampling." 2021, 32–41.
- Sumiyati, dan Euis Soliha. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Warunk Upnormal Semarang)." *Proceeding SENDIU 2020*, no. 10: 568–76.
- Swastha, Basu. 2002. "Manajemen Pemasaran." *Manajemen Penjualan*, 34–35.
- Tjiptono. 2006. "The Effect Of Consumer Confusion Proneness On Word Of Mouth, Trust, and Customer Satisfaction (Malisa Rosadi dan Fandy Tjiptono) THE EFFECT OF CONSUMER CONFUSION PRONENESS ON WORD OF MOUTH, TRUST, AND CUSTOMER SATISFACTION," no. 2006: 81–93.
- Tjiptono, Chandra. 2016. *The Promise of Entrepreneurial Passion to Advance Social Entrepreneurship Research*. Vol. 4.
- Tjiptono, Fandy. 2015. "Predicting consumers' digital piracy behaviour: does past experience matter?" *International Journal of Emerging Markets* 17 (9): 2397–2419. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-09-2020-1067>.
- Wibowo, Agus Satrya, dan Imam Ghozali. 2018. "Does value creation drives growth illusion? An evidence from Indonesia stock exchange." *European Research Studies Journal* 21 (1):

491-506. <https://doi.org/10.35808/ersj/965>.

---