

## **Pengaruh Harga, Lokasi, Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen di Angkringan Bolo Dewe Kota Semarang**

**Amirul Huda Mahendra<sup>1</sup> dan Valdyan Drifanda<sup>2</sup>**

Email: [amirulrully076@gmail.com](mailto:amirulrully076@gmail.com) [valdyan.drifanda@gmail.com](mailto:valdyan.drifanda@gmail.com)

**Universitas PGRI Semarang**

### **Abstract**

*The purpose of this study was to find out how the effect of price, location and facilities partially and simultaneously on customer satisfaction at Angkringan Bolo Dewe Semarang City. This type of research is quantitative research. The population in this study were 525 consumers while the sample in this study was 84 respondents. The data collection technique used in this study was a questionnaire or questionnaire. The calculation of this validity test uses the help of the Statistical Package for the Social Science (SPSS) with a significance level (Sig.) 5%, while the reliability test used Cronbach Alpha > 0.60. The results showed that: (1) there is a positive and significant effect of price on customer satisfaction, (2) there is a positive and significant effect of location on customer satisfaction, (3) there is a positive and significant influence of facilities on customer satisfaction, (4) there is a positive effect and significant price, location, and facilities simultaneously on customer satisfaction.*

**Keywords:** Price, Location, Facilities, customer satisfaction

### **Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh menurunnya penjualan menu dan jumlah pendapatan di Angkringan Bolo Dewe Kota Semarang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga, lokasi dan fasilitas secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Bolo Dewe Kota Semarang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah 525 konsumen sedangkan sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 84 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angket atau kuesioner. Penghitungan uji validitas ini menggunakan bantuan Statistical Package for the Social Science (SPSS) dengan taraf signifikansi (Sig.). 5%, sedangkan uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha > 0,60. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap kepuasan konsumen, (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen, (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan harga, lokasi, dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** Harga, Lokasi, Fasilitas, kepuasan konsumen

## **PENDAHULUAN**

Bisnis kuliner berperan pada PDB Indonesia. Terdapat enam belas *sub sector* ekonomi kreatif ditingkatkan, 3 *sub sektor* memberikan sumbangsih cenderung besar terhadap PDB, dimana kuliner mendapatkan urutan pertama dengan persentase 41%, posisi ke dua disusul subsektor fashion 17% dan subsektor kerajinan sebesar 14,9% di urutan ketiga (Kompas, 2020). Menurut Wibawati dan Prabhawati (2021) kenaikan di bidang wisata kuliner adalah buah dari pengembangan pariwisata yang tumbuh dan berkembang.

Usaha kuliner yang berkembang saat ini berada di kawasan Medoho yaitu Angkringan Bolodewe yang berlokasi di Jalan Medoho Raya I No.19a, Gayamsari, Kec. Gayamsari, Kota Semarang, Jawa Tengah 50162. Angkringan Bolodewe yang berdiri sejak tahun 2017 ini bergerak di bidang kuliner yaitu mulai dari aneka sate-sate sampai makanan berat pun tersedia disini. Salah satu yang menarik di angkringan Bolodewe dengan angkringan lainnya sendiri itu menyediakan menu chinese food seperti nasi goreng, kwetiaw, capjay dan lain-lain. Di angkringan Bolodewe juga tersedia fasilitas *Wi-fi*, selain fasilitas *Wi-fi* disini juga tersedia pemesanan secara online, apabila konsumen tidak dapat menjangkau lokasi, konsumen bisa memesan melalui grab food. Selain itu lokasi angkringan Bolodewe sangat strategis karena berdekatan dengan pabrik *ice cream campina* hingga tempat wisata terkenal di Jawa Tengah yaitu Masjid Agung yang memudahkan untuk mendapatkan para konsumen. Selain berdekatan dengan lokasi pabrik, lokasi di sana banyak tempat kost-kost an sehingga para konsumen yang datang banyak dari kalangan anak-anak, sekolah, mahasiswa, bahkan sampai orang bekerja dari perantauan.

Menurut Lovelock dan Wright dalam Ibrahim dan Thawil (2019) menggambarkan bentuk rasa puas berupa reaksi individu setelah melakukan transaksi produk dengan emosional ditampilkan berupa kegembiraan atau kesenangan. Terciptanya kepuasan terhadap harga yang murah, lokasi yang mudah untuk dijangkau dan fasilitas yang tersedia sangat baik dalam angkringan ini akan membawa hal yang positif diantaranya respon positif yang datang dari konsumen terhadap angkringan atau terciptanya kepercayaan konsumen untuk datang lagi membeli produk terhadap angkringan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi tersebut dibuktikan dengan dokumentasi berupa tabel mengenai harga yang diterapkan di angkringan Bolo Dewe

Tabel 1.1  
 Harga di angkringan Bolo Dewe dan Roso Food

No.	Menu	Harga (Rp) angkringan Bolo Dewe	Harga (Rp) angkringan Roso Food
<b>Makanan</b>			
1.	Nasi goreng (telur/ayam)	15.000	10.000
2.	Nasi goreng (pete/bakso, kekean/sosis)	18.500	12.500
3.	Nasi ruwet	17.500	15.000
4.	Capcay goreng/kuah	17.000	15.000
5.	Bakmi goreng/kuah	17.000	15.000
6.	Bihun goreng/kuah	17.000	15.000
7.	Kwetiau goreng/kuah	17.000	15.000
8.	Aneka nasi bungkus	3.500	2.000
<b>Minuman</b>			
1.	Teh (panas/dingin)	5.000	3.000
2.	Jeruk (panas/dingin)	6.000	4.500
3.	Kopi <i>good day</i> (panas/dingin)	6.000	4.500
4.	Nutrisari (panas/dingin)	5.000	4.000
<b>Aneka sate</b>			
1.	Sate telur puyuh	5.000	4.500
2.	Sate jamur	5.000	3.500
3.	Sate bakso	5.000	3.500
4.	Sate ati	5.000	3.500
5.	Pia pia	2.000	1.000
6.	Aneka gorengan	2.000	1.000

*Sumber: Data daftar harga di angkringan Bolo Dewe dan Roso Food (2022)*

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa di Angkringan Bolodewe menerapkan harga untuk menu minuman 2% lebih tinggi dari harga menu minuman di angkringan lainnya. Sedangkan untuk menu makanan di Angkringan Bolodewe sebesar 3% lebih tinggi dari harga menu makanan di angkringan lainnya. Dengan hal itu banyak konsumen yang mengeluhkan tarif harga yang berada di angkringan Bolodewe

Menurut M, A Kambey, E Tampi, & Tumbel, (2021) harga menjadi indikator pengaruh dalam acuan suatu pendapatan suatu usaha, jika harga yang ditentukan sangat ekonomis maka pendapatan yang dihasilkan sangat sedikit, tetapi jika harga sangat mahal pendapatan yang dihasilkan juga banyak, namun apabila harga yang ditawarkan terlalu mahal akan sepi konsumen dikarenakan konsumen memilih produk yang dapat dijangkau dengan harga terendah dengan

kualitas barang dan jasa baik.

Dari tingginya harga menjadi alasan konsumen menjadikan pembandingan, sehingga konsumen tertarik dan justru memilih harga yang lebih murah, tetapi harga tidak menjadi faktor utama. Hal lain yang lebih penting atau jadi penentu kepuasan konsumen ialah lokasi. Menurut Tjiptono dan Chandra dalam Atmanegara dkk (2019) Lokasi merupakan tempat badan usaha menjalankan aktivitas untuk memproduksi barang dan jasa dari segi ekonomi.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan peneliti dan dapat dibuktikan dengan pemilik angkringan dan para konsumen menuturkan lahan parkir yang terdapat di angkringan Bolodewe memiliki batasan. Selain lahan parkir yang terbatas salah satu konsumen juga mengatakan bahwa kondisi penataan kendaraan di tempat parkir pun tidak rapi karena tidak ada tukang parkir, sehingga berdampak konsumen kecewa dengan kondisi parkir.

Selain harga dan lokasi hal lain yang penting adalah ketersediaan fasilitas pada setiap usaha. Sebagaimana menurut Hariaji dan Iriyanto (2019) fasilitas adalah segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak di bidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan maka dapat dibuktikan dengan pemilik angkringan menuturkan kecepatan wifi yang digunakan di angkringan yaitu 10mbps dengan merek mncplay. sedangkan konsumen menuturkan bahwa wifi sering mengalami masalah apabila mau digunakan dengan jumlah pengguna yang banyak. Sering kali ditemukan jika konsumen sedikit yang menggunakan jaringan wifi, tidak jauh berbeda terkadang ditemukan kendala *lag* pada waktu digunakan. Selain wifi, konsumen menjelaskan penampakan penerangan pada malam hari itu lebih redup dan di angkringan Bolo Dewe belum didukung fasilitas memadai.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada penelitian ini akan membahas hasil berisi penafsiran yang didasarkan pada olah data

penelitian. Berikut adalah uraian yang disampaikan sebagai berikut:

1. Pengaruh harga (X1) pada tingkat kepuasan konsumen (Y) membuahkan jawaban variabel harga mendapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,724 dengan ketentuan  $t_{tabel}$  ( $\alpha=10\%$ ,  $df=79$ ) yaitu 1,664. Nilai Signifikansi yang didapatkan sebanyak 0,000. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $Sig. < \alpha$ , maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima menjelaskan dampak pengaruh harga pada kepuasan konsumen Angkringan Bolo Dewe. Persentase pengaruh variabel X1 yaitu harga pada kepuasan konsumen Angkringan Bolo Dewe sebesar 57,9%.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan sesuai yang dilakukan oleh Citra Putri Suryani (2020) menunjukkan hasil uji T mendapatkan variabel harga (X1) dengan value signifikansi  $0,00 < 5\%$  ( $0,00 < 0,05$ ). sehingga hipotesis dapat diterima, disimpulkan variabel harga (X1) secara parsial memberikan dampak besar kepada kepuasan konsumen Rocket Chicken cabang Gajah Kota Semarang. Variabel harga ada di tingkat jarak skala dari cukup hingga baik dengan hasil sejumlah 5,849 bisa dibilang variabel harga mempunyai posisi fundamental memberikan dampak kepuasan pelanggan Rocket Chicken cabang Gajah Kota Semarang. Hal ini memiliki makna semakin menarik harga yang diberikan, dapat tinggi pula penerimaan kepuasan konsumen pada Angkringan Bolo Dewe. Begitupun sebaliknya, apabila harga itu tidak menarik, maka kepuasan konsumen rendah.

Penelitian lainnya yang memiliki tema sama diteliti oleh Endah Rismayanti (2021) yang menjelaskan berdasarkan hasil uji T mendapatkan variabel harga (X3) mempunyai hasil signifikansi 9,871. Nilai  $Sig\ t < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ). maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menggambarkan secara parsial variabel harga (X3) berdampak signifikan kepada kepuasan konsumen (Y). ini memiliki maksud semakin menarik harga, yang ditawarkan kepuasan konsumen meningkat di Angkringan Bolo Dewe. Begitupun sebaliknya, jika harga yang ditawarkan tidak menarik, maka kepuasan konsumen menurun.

Harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dengan cara menawarkan keterjangkauan konsumen, masuk akal, sesuai daya beli, dan sesuai kualitas yang ditawarkan. Kriteria tersebut selaras pada penelitian yang telah diteliti Citra Putri Suryani (2020) menjelaskan harga mempunyai pengaruh pada tingkat konsumen yang merasa puas. dirangkum pada data angket

tersebut peneliti menjelaskan harga ditetapkan Rocket Chicken terjangkau dan lebih murah dibandingkan harga yang ditawarkan oleh pesaing. Konsumen juga merasa puas dengan harga yang dikeluarkan, memperoleh pengalaman menarik saat berkunjung ke Rocket Chicken.

Kekurangan dari menentukan harga pada kepuasan konsumen yaitu tidak semua harga dapat terjangkau semua konsumen mengingat, pengunjung terbanyak ada pelajar, sehingga kurang memiliki daya beli yang kuat.

2. lokasi (X2) mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) data penelitian ini menunjukkan lokasi variabel memperoleh value  $t_{hitung}$  sejumlah 4,078 berdasarkan ketentuan  $t_{tabel}$  ( $\alpha=10\%$ ,  $df=79$ ) yaitu 1,664. Value Signifikansi didapatkan sejumlah 0,000. Beralasan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan ketentuan  $Sig. < \alpha$ , sehingga  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima menjelaskan terdapat dampak yang cukup besar lokasi kepuasan konsumen di Angkringan Bolo Dewe. Besarnya pengaruh variabel promosi terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Bolo Dewe adalah sebesar 44,5%.

Penelitian ini sesuai dengan karya ilmiah Chandra & Tielung (2015) yang menjelaskan value  $t_{hitung}$  pada indikator lokasi sebanyak 3,864 diatas dari value  $t_{tabel}$  yaitu sejumlah 1,980, dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak menggambarkan Lokasi berpengaruh cukup besar pada kepuasan pelanggan untuk memilih pelayanan Hotel Baliem Pilamo yang terletak di Papua, dengan demikian hipotesis dapat diterima. Pada analisis tersebut, lokasi yang sesuai menunjukkan andil kepuasan memberikan pengaruh di Angkringan Bolo Dewe.

Penelitian lain yang selaras yaitu penelitian Aryandi & Onsardi, (2020) yang menyatakan indikator lokasi, memaparkan value  $> (2.670 > 1.9819)$  sedangkan ( $sig = 0.008 < 0,050$ ), angka itu menunjukkan adanya dampak indikator Lokasi (X2) baik dan cukup besar pada kepuasan konsumen (Y) di Bengkulu pada Café Wareg, hal ini berarti lokasi dibuat positif memberikan pengaruh tinggi kepuasan konsumen dan dapat memberikan sumbangsih kepuasan pelanggan di Angkringan Bolo Dewe.

Jadi, lokasi disini berdampak pada kepuasan konsumen, lokasi dengan kriteria baik akan mempengaruhi kepuasan konsumen, mengingat lokasi yang Angkringan Bolo Dewe ini memang dekat dengan pusat kota dan salah satu destinasi wisata jawa tengah yaitu MAJT, jadi

kesimpulannya bahwa lokasi di Angkringan Bolo Dewe mudah ditemukan, selain itu bangunan Angkringan jelas terlihat dari jalan dan lokasi yang berdekatan dengan destinasi wisata menjadikan salah satu pilihan konsumen melakukan pembelian.

3. Fasilitas (X3) memberikan pengaruh kepuasan konsumen (Y) penelitian ini memaparkan indikator fasilitas memperoleh  $t_{hitung}$  sejumlah 6,194 berketentuan  $t_{tabel}$  ( $\alpha=10\%$ ,  $df=79$ ) yaitu 1,664. Nilai Signifikansi yang diperoleh sebesar 0,001. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  nilai Sig.  $< \alpha$ , maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima menjelaskan dampak fasilitas yang cukup besar pada kepuasan konsumen Angkringan Bolo Dewe. Besarnya pengaruh kepuasan konsumen terhadap fasilitas yang disediakan di Angkringan Bolo Dewe adalah sebesar 55,4%.

Berdasarkan data ini sesuai karya ilmiah Ninik Srijani, Achmad Sukma Hidayat (2017) yang menyatakan Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel fasilitas sebesar 19,810 diatas dari value  $t_{tabel}$  sebanyak 1,937, indikator signifikan  $0,000 < 0,05$ , menyimpulkan  $H_0$  ditolak menunjukkan fasilitas mempengaruhi cukup besar pada Kepuasan pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center, dengan demikian hipotesis dapat diterima. Hal ini juga berarti kepuasan pelanggan di Angkringan Bolo Dewe di pengaruhi oleh fasilitas yang di tawarkan.

Penelitian lain yang selaras yaitu penelitian Nazlia, (2017) yang menyatakan Uji t nilai  $12.200 > 2.093$  dengan sig  $0,000 < 0,05$  menjelaskan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Sedangkan uji Determinasi value R Square 0,892 atau 89.2% menjelaskan sebesar 89.2% indikator Kepuasan Konsumen (Y) dipengaruhi oleh Fasilitas (X) dalam penelitian ini. Dengan besarnya persentase pengaruh pada fasilitas, dan banyaknya ragam yang disediakan pengelola akan memberikan kepuasan kepuasan dan menambah peluang meningkatkan jumlah pengunjung di Angkringan Bolo Dewe.

Tempat atau lokasi disini memberikan dampak pada tingkat kepuasan konsumen, berarti lokasi dengan kriteria baik akan mempengaruhi kepuasan konsumen, mengingat fasilitas yang Angkringan Bolo Dewe ini dapat memenuhi kebutuhan konsumen seperti tersedianya stop kontak, kamar mandi, meja, dan waktu buka yang lama sehingga nyaman untuk nongkrong anak muda.

4. kepuasan konsumen (Y) dipengaruhi oleh indikator harga, lokasi, dan fasilitas(X1, X2,

X3). Variabel harga, lokasi dan fasilitas pada penelitian ini menjukan secara bersama-sama disebabkan  $F_{hitung}$  sebesar 132,485 dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,72. Nilai signifikansi pada Uji F sebesar 0,000. Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan  $Sig. < \alpha (0,05)$ . Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima hal ini menunjukkan secara bersama-sama harga, lokasi dan fasilitas menunjuka pengaruh cukup besar pada kepuasan konsumen terhadap Angkringan Bolo Dewe. Besarnya dampak indikator variable harga, lokasi dan fasilitas mempengaruhi kepuasan konsumen Angkringan Bolo Dewe sebesar 82,6% kesimpulan angka tersebut selaras dengan rujukan karya ilmiah Sari (2020) yang menjelaskan nilai  $F_{hitung}$  sejumlah 66,339 dengan ketentuan nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,05$  menjelaskan model regresi pantas diaplikasikan, maka dapat diramgkum indikator harga, lokasi dan fasilitas secara bersama memiliki andil pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Dengan judul “Pengaruh Harga, Lokasi, Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen di Angkringan Bolo Dewe Kota Semarang” menyimpulkan hasil dalam poin poin berikut :

1. Pengujian parsial menyatakan indikator harga mempengaruhi secara positif dan signifikan kepuasan konsumen Angkringan Bolo Dewe.
2. Pengujian secara parsial menyatakan indikator lokasi mempengaruhi secara positif dan signifikan kepuasan konsumen Angkringan Bolodewe.
3. Pengujian secara parsial menyatkan indikator fasilitas mempengaruhi secara positif dan signifikan kepuasan konsumen Angkringan Bolodewe.
4. Pengujian secara simultan menunjukkan adanya harga, pengaruh positif indikator lokasi dan fasilitas secara signifikan kepuasan konsumen di Angkringan Bolodewe.

Saran merupakan hal yang penting, berdasarkan data di atas mengenai saran harga, lokasi, dan fasilitas berpengaruh pada kepuasan konsumen di Angkringan Bolodewe Kota Semarang. sebagai berikut :

1. Harga adalah indikator yang dipertimbangkan kepuasan konsumen. Namun dibanding indikator lokasi dan fasilitas, indikator harga medapatkan rataan yang rendah, sehingga

Angkringan Bolodewede perlu meninjau kembali harga yang ditawarkan kepada konsumen terkait harga. Hal tersebut terdapat pada pernyataan harga yang terjangkau, masuk akal dan wajar, sesuai dengan daya beli konsumen. Saran, mengingat harga merupakan salah satu penentu kepuasan konsumen dalam kepuasan konsumen dapat memberikan kualitas tambahan dengan meningkatkan value produk atau penyajian sehingga konsumen memperoleh manfaat lebih.

2. Lokasi merupakan indikator yang dipertimbangkan untuk kepuasan konsumen. Melalui rata-rata indikator diketahui variabel lokasi memiliki nilai tertinggi, sehingga perlu dipertahankan. Dalam hal ini terdapat pernyataan kemudahan untuk mencari lokasi, akses mudah ke angkringan, mudah dilihat, rute menuju angkringan mudah dihafalkan, dekat dengan pusat kota/ keramaian, memiliki tempat parkir yang aman. Saran terkait lokasi untuk memindahkan parkir/ menyediakan tempat parkir baru, karena tempat parkir berada di depan angkringan bersinggungan langsung dengan bahu jalan, saat kondisi ramai dapat menghalangi orang lewat dan pengguna mobil tidak dapat parkir.
3. Fasilitas menjadikan indikator yang menjadi pengaruh pada kepuasan konsumen. Pada indikator ini terdapat kriteria ruangan luas dan bersih, tempat yang tertata rapi, tersedia fasilitas pendukung seperti cuci tangan, stop kontak, tempat ibadah juga wifi internet yang kencang mendukung pengunjung untuk tetap produktif. Saran terkait fasilitas agar lebih dirawat dan dilakukan pengawasan untuk pengunjung yang merusak fasilitas. Karena beberapa fasilitas tidak berfungsi karena kurang terawat.
4. Bagi Angkringan Bolodewe hasil karya ilmiah ini diharapkan dijadikan rujukan pada upaya meningkatkan penjualan ataupun pendapatan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.

Hariaji, G. U., & Iriyanto, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Warung Kopi Srintil Di Temanggung). *Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 15(2).

Kambey, P. M., Tampi, J. R., & Tumbel, T. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Weddings by Dea™ Puteris Bridal Airmadidi. *Productivity*, 2(6), 449-453.