



## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG GUBRAK KEPRI MALL KOTA BATAM

**Indra Firdiyansyah\***

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo  
Komplek Plaza Sulaiman Blok A No: 4-6 Jl. Sultan Abdurrahman, Lubuk Baja, Kota  
Batam Provinsi Kepulauan Riau Telp: (0778) 433 703  
Email: indrafirdiyan@gmail.com

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Accidental Sampling Method. Sampel dalam penelitian ini 100 orang dari pelanggan Warung Gubrak Kepri Mall Batam dan kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji T dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Analisis kualitatif merupakan interpretasi dari data-data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan dan penjelasan. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 0,398X_1 + 0,359X_2 + 0,249X_3$ . Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yang diteliti secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Angka Adjusted R Square sebesar 0,584 menunjukkan bahwa 58,4 persen variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 41,6 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.*

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Kepuasan Pelanggan

\*Dosen STIE Galileo

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze how much influence the quality of service, price and location to customer satisfaction. Sampling method used is Accidental Sampling Method. Samples in this study 100 people from customers Warung Gubrak Kepri Mall Batam and then analyzed the data obtained by using data analysis in quantitative and qualitative. Quantitative analysis includes validity and reliability test, classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through T test and F test, and coefficient of determination analysis (R<sup>2</sup>). Qualitative analysis is the interpretation of the data obtained in the research and the results of data processing that has been implemented by giving explanations and explanations. Data that has met the validity test, reliability*



*test and classical assumption test is processed so as to produce the following regression equation:  $Y = 0,398X_1 + 0,359X_2 + 0,249X_3$ . Hypothesis testing using  $t$  test showed that the three independent variables studied proved to significantly influence partially to the dependent variable Customer Satisfaction. Then through the  $F$  test can be seen that the three independent variables studied simultaneously affect the dependent variable Customer Satisfaction. Adjusted  $R$  Square number of 0.584 indicates that 58.4 percent of Customer Satisfaction variables can be explained by the three independent variables in the regression equation. While the rest of 41.6 percent explained by other variables outside the three variables used in this study.*

**Keywords:** *Service Quality, Price, Location and Customer Satisfaction*

## **PENDAHULUAN**

Dalam era globalisasi ini, persaingan tidak hanya terbatas secara regional (daerah tertentu) dan nasional saja, namun sudah secara global, Hal ini mengakibatkan semakin banyak variabel variabel yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan bagian dari pengalaman konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, konsumen memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi konsumen untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Harapan konsumen merupakan faktor penting, layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya (Ayse, 2007:53). Selain pelayanan, harga merupakan salah satu

faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok dipasar. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Salah satu bisnis atau usaha yang merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah warung Gubrak Kepri Mall Batam. Persaingan yang semakin ketat itu ditandai dengan banyaknya muncul warung-warung makanan lainnya. Pelayanan dan harga pun beraneka macam juga lokasi yang ditempati sehingga dengan begitu akan memunculkan ciri tersendiri. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola warung gubrak yang ada untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding warung-warung kompetitornya.

## **METODE PENELITIAN**

Variabel penelitian dari penelitian yang akan di teliti adalah kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen (Y) dan kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) serta lokasi ( $X_3$ ) sebagai variabel independen.

### 1. Kepuasan Pelanggan (Y)

“*Satisfaction reflects a person’s judgements of a product’s perceived performance (or outcome) in relationship to expectation*” yang berarti kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan *performance* produk terhadap ekspektasi mereka. Jika *performance* gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan menjadi tidak puas. Jika *performance* sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan menjadi puas. Jika *performance* melebihi ekspektasi, maka pelanggan merasa sangat puas. (Felita Sasongko; Hartono Subagio, 2013)

Indikator :

1. Tidak ada komplain atau keluhan terhadap Warung Gubrang.
2. Pelanggan memberikan pujian setelah melakukan transaksi di Warung Gubrak.
3. Pelanggan merasa bahwa Warung Gubrak adalah warung yang bereputasi baik

### 2. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Mimi & Ekawati, n.d.). Indikator :

1. Kondisi bangunan warung baik
2. Karyawan cepat dalam menyelesaikan pekerjaan
3. Karyawan tanggap terhadap keluhan konsumen
4. Karyawan mampu mengetahui perubahan rasa dalam makanan dengan cepat
5. Karyawan memberikan perhatian individu dengan baik kepada konsumen

### 3. Harga (X2)

Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan. Harga adalah sesuatu yang harus diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan. (Mimi & Ekawati, n.d.)

Indikator :

1. Harga yang ditawarkan terjangkau oleh daya beli pelanggan
2. Harga yang ditawarkan lebih rendah daripada harga pesaing
3. Harga sesuai dengan rasa yang diperoleh pelanggan

### 4. Lokasi (X3)

Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha Tjiptono, (2008).

Indikator :

1. Keamanan di sekitar lokasi warung gubrak terjamin
2. Arus lalu lintas menuju lokasi lancar
3. Kondisi lingkungan nyaman

### Populasi

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. penelitian deskriptif yaitu penelitian yang diarahkan untuk memecahkan masalah dengan cara memaparkan atau menggambarkan apa adanya hasil penelitian. (Januar, 2016). Penelitian verifikatif diterangkan oleh Sugiyono (2012:55) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih melalui pengumpulan data



dilapangan, sifat verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan dari Warung Gubrak Kepri Mall Batam pada bulan Mei tahun 2017.

### Sampel

Ukuran populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui secara pasti, sehingga jumlah sampel yang digunakan dihitung dengan rumus sebagai berikut (Widiyanto, 2008:59)

$$n = \frac{Z^2}{4 (\text{moe})^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4 (10\%)^2}$$

$$n = 96,04 \approx 97$$

- n = Jumlah sampel  
Z = Skor pada tingkat signifikan tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka Z = 1,96  
Moe = *Margin of Error*, atau tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dari hasil perhitungan rumus di atas maka dapat diperoleh jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 97, atau dilakukan pembulatan menjadi 100 responden. Adapun pengambilan sampel ini dengan menggunakan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling yaitu merupakan salah satu metode penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Laki-laki dan wanita yang melakukan pembelian di

Warung Gubrak Kepri Mall  
Batam

2. Bersedia menjadi responden.

### Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah suatu proses dalam memperoleh data ringkasan atau angka ringkasan dengan menggunakan cara atau rumus tertentu Iqbal Hasan, (2008). Tahap-tahap pengolahan data adalah sebagai berikut Iqbal Hasan, (2008) :

#### 1. Editing

Editing adalah pengecekan atau pengoreksian data yang telah dikumpulkan karena kemungkinan data yang masuk atau data yang terkumpul itu tidak logis dan meragukan. Tujuan *editing* adalah untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan dilapangan dan bersifat koreksi.3

#### 2. Coding

Coding adalah pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf-huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau data yang dianalisis.responden.

#### 3. Tabulasi

Tabulasi adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Setelah proses tabulasi selesai kemudian data-data dalam tabel tersebut akan diolah dengan bantuan software statistik yaitu SPSS.

## Metode Analisis Data

### Metode Analisis Kualitatif

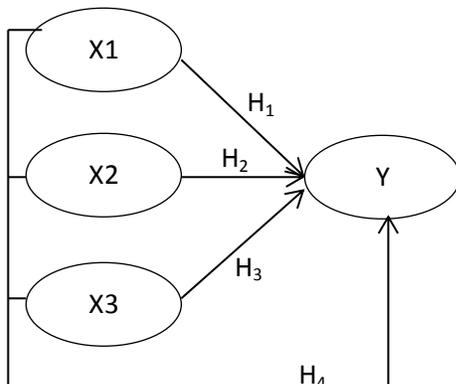
Analisis kualitatif adalah analisis yang tidak menggunakan model matematika, model statistik dan ekonometrik atau model-model tertentu lainnya. Analisa data yang dilakukan terbatas pada teknik pengolahan datanya, seperti pada pengecekan data dan tabulasi, dalam hal ini sekedar membaca tabel-tabel, grafik-grafik atau angka-angka yang tersedia, kemudian melakukan uraian dan penafsiran Iqbal Hasan,(2008).

### Metode Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan alat analisis berkuantitatif. Alat analisis yang bersifat kuantitatif adalah alat analisis yang menggunakan model-model, seperti model matematika atau model statistik dan ekonometrik. Hasil analisis dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian Iqbal Hasan (2008).

### Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori yang dikemukakan, maka pengembangan kerangka pikir dapat dilihat seperti dibawah ini:



Keterangan:

- X1 : Kualitas Pelayanan
- X2 : Harga
- X3 : Lokasi
- Y : Kepuasan Pelanggan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Kuantitatif

#### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak sahnya suatu kuesioner. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah melakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Untuk sampel sekitar 100, nilai r tabel = 0,196. Uji ini dilakukan manakala butir pertanyaan lebih dari 1. Pengambilan keputusan uji validitas :

- Bila nilai r hitung > r tabel, maka item pertanyaan valid
- Bila nilai r hitung < r tabel, maka item pertanyaan tidak valid

Tabel 1  
 Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Ket
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	Pertanyaan 1	0,402	0,196	Valid
	Pertanyaan 2	0,579	0,196	Valid
	Pertanyaan 3	0,581	0,196	Valid
	Pertanyaan 4	0,590	0,196	Valid
	Pertanyaan 5	0,616	0,196	Valid
Harga (X <sub>2</sub> )	Pertanyaan 1	0,633	0,196	Valid
	Pertanyaan 2	0,717	0,196	Valid
	Pertanyaan 3	0,629	0,196	Valid
Lokasi (X <sub>3</sub> )	Pertanyaan 1	0,463	0,196	Valid
	Pertanyaan 2	0,614	0,196	Valid
	Pertanyaan 3	0,691	0,196	Valid
	Pertanyaan 4	0,499	0,196	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Pertanyaan 1	0,676	0,196	Valid
	Pertanyaan 2	0,744	0,196	Valid
	Pertanyaan 3	0,563	0,196	Valid

Sumber: data diolah (SPSS)

Dari hasil dapat dijelaskan nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel (0,196) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item dalam indikator variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan pelanggan adalah valid.

### Uji Reliabilitas

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0,60$ . Adapun hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2  
Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Keputusan
Kualitas Pelayanan	0,704	Reliabel
Harga	0,746	Reliabel
Lokasi	0,695	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,748	Reliabel

Sumber: data diolah (SPSS)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel antara variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan pelanggan, ternyata diperoleh nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0,60$ . Dengan demikian, maka hasil uji reabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem

Multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Deteksi tidak adanya Multikolinearitas yakni dengan melihat besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance* Ghozali (2011):

- Mempunyai nilai VIF  $< 10$
- Mempunyai angka *Tolerance*  $> 10\%$

Tabel 3  
Uji Multikolinearitas

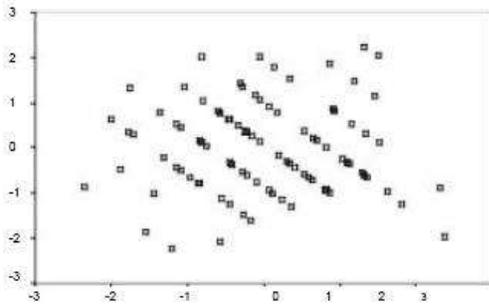
Variabel	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
Pelayanan	0,820	1,219	Bebas Multikolinearitas
Harga	0,777	1,287	Bebas Multikolinearitas
Lokasi	0,774	1,292	Bebas Multikolinearitas

Sumber: data diolah (SPSS)

Berdasarkan hasil tersebut, maka dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas atau korelasi yang sempurna antara variabel-variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi, karena nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1.

#### Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi apabila tidak ada kesamaan deviasi standar nilai variabel dependen pada setiap variabel independen. Deteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik berikut ini:



Gambar 1  
 Scatterplot, Dependent Variabel  
 Kepuasan

Dari grafik tersebut, dapat terlihat titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan perhitungan regresi berganda antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dengan dibantu program SPSS dalam perhitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4  
 Ringkasan Hasil Estimasi Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	-.963	1.015		-.949	.345
Pelayanan	.299	.054	.398	5.560	.000
Harga	.377	.077	.359	4.879	.000
Lokasi	.217	.064	.249	3.383	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji ini adalah:

$$Y = 0,398X_1 + 0,359X_2 + 0,249X_3$$

Berdasarkan persamaan dapat diketahui bahwa:

- Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,398 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap kualitas pelayanan semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
- Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,359 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap harga semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
- Nilai koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,249 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap lokasi semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

### Pengujian Hipotesis Uji F

Dalam melakukan uji F, parameter yang digunakan adalah dengan membandingkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Pengujian terhadap pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan dilakukan dengan uji F dengan hasil yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Dalam melakukan uji F, parameter yang digunakan adalah dengan membandingkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Pengujian terhadap pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan dilakukan dengan uji F dengan hasil yang dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini.

Tabel 5  
Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	164.952	3	54.984	47.337	.000 <sup>b</sup>
	Residual	111.528	96	1.162		
	Total	276.480	99			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Pelayanan, Harga  
b. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan tabel 4.13. menunjukkan hasil perhitungan uji F diperoleh nilai F-hitung sebesar 47,337 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (<0,05). Sementara nilai  $F^{\text{tabel}}$  sebesar 2,70 (dari perhitungan  $dk1 = 3 = 0,05$  dan  $dk = 100 - 3 - 1 = 96$  diperoleh  $F^{\text{table}} 2,70$ ). Ini berarti bahwa  $F^{\text{hitung}} (47,337) > F^{\text{tabel}} (2,70)$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Warung Gubrak Kepri Mall Batam.

### Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat dari besarnya nilai adjusted  $R^2$ .

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772 <sup>a</sup>	.597	.584	1.07785

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Pelayanan, Harga  
b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,584 yang artinya bahwa variasi dari semua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi dapat menerangkan variabel kepuasan pelanggan sebesar 58,4%, sedangkan sisanya sebesar

41,6% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu  $5,560 > 1,661$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
2. Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel  $4,879 > 1,661$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
3. Lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu  $3,383 > 1,661$  dengan tingkat signifikansi  $0,007 < 0,05$ .
4. Secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel yaitu  $47,337 > 2,70$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

### SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka diberikan beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Warung Gubrak Kepri mall Batam.



Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Para karyawan Warung Gubrak diharapkan menambah pengetahuan mereka tentang makanan agar karyawan dapat dengan cepat dan baik dalam mengidentifikasi masalah yang dialami pelanggan Warung Gubrak.
2. Karyawan Warung Gubrak juga diharapkan meningkatkan lagi kualitas kinerja mereka agar dapat melayani dengan ramah sesuai dengan yang diinginkan pelanggan, seperti karyawan bersedia bekerja mencari tempat duduk yang kosong.
3. Harga yang ditetapkan Warung Gubrak sudah terjangkau, namun sebaiknya disesuaikan lagi dengan kualitas yang diterima pelanggan. Cita rasa makanan juga harus diperhatikan oleh pihak Warung Gubrak agar pelanggan dapat merasa bahwa harga yang pelanggan keluarkan sudah sesuai dengan hasil yang diterima pelanggan.
4. Karyawan Gubrak sebaiknya memperhatikan kebersihan di warung tersebut. Perkakas-perkakas atau barang-barang yang tidak diperlukan sebaiknya dirapikan dan disimpan pada tempatnya agar pelanggan merasa nyaman berada di warung tersebut.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada yang

pimpinan Warung Gubrak Kepri Mall, dalam hal ini yang telah membantu penulis dan memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian ditempat usaha yang dimiliki.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ayse. 2007. *An Evaluation of Fast Food Preferences According To Gender*. Humanity & Social Sciences Journal Vol. 2 Hal 43–50
- Felita Sasongko; Hartono Subagio. (2013). Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II Salemba Empat. *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA*, 1(1), 186. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Iqbal, Hasan. 2008. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Januar, P. E. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 11(2), 265–289.
- Mimi, & Ekawati, S. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Apartemen Green Bay Di Jakarta Utara.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Yogyakarta:ANDI