



## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN FOODPEDIA CEMPAKA PUTIH JAKARTA PUSAT

Adit Fikriansyah<sup>1</sup>, T.S Reza<sup>2</sup>, Hanuna Shafariah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

<sup>2</sup>Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

### **Abstract.**

*This study aimed to determine the effect of service qualities and locations on customer satisfactions of Foodpedia Cempaka Putih, Central Jakarta. This study used a quantitative research by distributing questionnaires to 110 accidental sampling of respondents. The results showed that based on hypothesis testing using the T-test, service qualities and locations has a positive and significant results on customer satisfactions. Meanwhile, using the F-test, all the independent variables in this study has a significant effect on customer satisfactions. The effect of service qualities (X1) and locations (X2) on customer other variables which not examined in this study.*

**Keywords:** Service Qualities, Locations, Customer Satisfactions

*Cronicle of Article: Received (00,00,2020); Revised (00,00,2020); and Published (00,00, 2020).*

©2020 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Administrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

*Profile and corresponding author:* Adit Fikriansyah adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. *Corresponding Author:* [aditfikrian7@gmail.com](mailto:aditfikrian7@gmail.com)

*How to cite this article :* Fikriansyah, A, & Reza, T.S, Shafariah, H, (2022) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Foodpedia Cempaka Putih Jakarta Pusat, 2(1), pp. 1–9. Available at: <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>

## PENDAHULUAN

Industri kuliner memang menjadi salah satu pilihan terbaik untuk memulai bisnis. Tak heran, banyak pengusaha yang tertarik menjajal bisnis ini melalui bisnis kuliner waralaba. Salah satunya franchise Foodpedia. Foodpedia merupakan restoran yang berkonsep Eat and Play, di mana pengunjung dapat menyicipi beragam menu nikmat yang tersedia. Mulai dari makanan ringan hingga makanan berat.

Foodpedia merupakan bisnis bidang kuliner yang berbasis komunitas dan yang menjadi pertama hadir di Indonesia. Dalam bisnis ini seluruh anggota dan mitranya melebur menjadi satu keluarga besar yang senantiasa bersinergi di dalamnya. Berpedoman pada keberhasilannya dalam melengkapi berbagai kekurangan sebuah sistem waralaba terdahulu dan keberhasilannya menjadi sebuah solusi untuk setiap kebutuhan pegiat usaha kuliner di Indonesia menjadikan arus perkembangan foodpedia semakin tidak terbendung. Hal ini dapat dibuktikan dengan menjamurnya pertumbuhannya di seluruh wilayah Indonesia.

Foodpedia juga menjadi tempat nongkrong yang asyik sehingga tak pernah sepi pengunjung lintas generasi dan menyediakan fasilitas tambahan dan hiburan. Seperti free WiFi, live music, hingga acara nonton bareng (nobar). Dalam kurun waktu 37 bulan, kini Foodpedia telah memiliki 453 cabang yang tersebar di 62 kota se-Indonesia. Antusias atau minat masyarakat untuk memilih Foodpedia sebagai pilihan tepat bisnis juga sangat tinggi.

Di Indonesia sendiri, usaha kuliner atau food and beverage (F&B) merupakan salah satu waralaba yang memiliki prospek baik di tahun 2021. Dikutip dari portal berita Kontan, konsultan bisnis dan waralaba DK Consulting Djoko Kurniawan melihat bisnis kuliner yang mampu bergerak cepat yaitu usaha dengan rentang harga sekitar Rp 100 hingga Rp 300 juta. Ia menambahkan, makanan yang harganya berkisar dari Rp 15 ribu hingga Rp 25 ribu memiliki target pasar yang lebih besar. Dan produk dengan kategori baru akan menarik perhatian. Kemudian, sepanjang triwulan III tahun 2020 saja, industri makanan dan minuman menjadi penyumbang terbesar pada PDB industri pengolahan nonmigas dengan nilai 39,19%.

Pada mulanya, Foodpedia merupakan komunitas bisnis kuliner yang ramai di forum Kaskus pada tahun 2015. Komunitas ini bertujuan untuk membantu para pengusaha dalam membangun bisnis cafe & bisnis kuliner atau FnB. Kekecewaan para masyarakat yang kesulitan memulai bisnis franchise karena terhalang biaya merupakan salah satu latar belakang pendirian komunitas ini. Ialah Pak Venji Hernando, yang melihat peluang sekaligus mencari solusi guna menyelesaikan masalah tersebut. Selaku founder komunitas, beliau mendirikan Foodpedia & PastaKangen. Pasta dan Pizza awalnya dijual dengan cara gerobakan, kini telah berkembang menjadi cafe dan estoran yang telah memiliki cabang di lebih dari 64 kota di Indonesia. Foodpedia membuat terobosan sistem mudah bagi masyarakat yang ingin memulai bisnis kuliner.

Perkembangan dunia bisnis atau usaha sempat mengalami sedikit penurunan di tengah pandemi covid-19. Ada satu pilihan usaha kuliner yang tetap bisa eksis dan menjanjikan di tengah kondisi seperti ini, yaitu franchise Foodpedia. Dalam pembahasan ini penulis memfokuskan pada salah satu jenis bisnis kuliner yakni Foodpedia, mengingat bahwa Foodpedia ini memberikan kontribusi premi yang cukup besar bagi Kepuasan Pelanggan. Seiring dengan perkembangan bisnis kuliner saat ini yang diwarnai dengan persaingan yang semakin ketat dan perjuangan untuk menciptakan bisnis yang berulang dengan konsumen yang sudah eksis menyebabkan Foodpedia berupaya untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumennya. Foodpedia mengalami persaingan yang begitu ketat. Persaingan tersebut dapat dilihat dengan kurangnya kualitas pelayanan, lokasi serta kepuasan pelanggan.

Salah satu cara agar penjualan jasa suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu serta lokasi yang strategis untuk memenuhi tingkat kepuasan. Tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan yang akan mereka terima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Konsumen memilih pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan dan menikmati jasa tersebut. Mereka cenderung akan membandingkannya dengan yang mereka harapkan.

Tingkat kualitas pelayanan tidak hanya dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi juga harus dipandang dari sudut pandangan penilaian konsumen. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan konsumen dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan karena faktor tersebut lebih efektif peranannya dalam meningkatkan volume penjualan dan laba, ketimbang faktor promosi ataupun periklanan. Jadi dapat dimengerti jika pelayanan semakin besar fungsinya dalam keseluruhan strategi pemasaran yang ditetapkan. Dengan pelayanan yang profesional senantiasa dijiwai dengan karakter cepat, akurat ramah dan efisien membuat Foodpedia sangat berpengalaman menangani, mengkoordinasikan, serta pelayanan pelanggan. Di samping faktor - faktor tradisional yang mewarnai penilaian konsumen atas pelayanan yang diterimanya, juga terdapat faktor - faktor lain yang sifatnya kualitatif seperti lokasi perusahaan yang cukup strategis dan jumlah produk pilihan yang ada serta sifatnya kuantitatif dan tidak menyangkut perilaku asuransi yang terlibat langsung oleh nasabah seperti perhitungan tingkat premi yang bersaing. Dengan demikian setiap karyawan bertanggung jawab akan hal tersebut karena tugas yang dilakukan oleh setiap karyawan mengandung unsur pelayanan yang pada gilirannya akan mempengaruhi Keputusan Pelanggan yang dibeli oleh konsumen, baik mutu yang nyata

maupun yang dipersepsikan. Pelayanan seperti itulah yang dapat diharapkan akan bertahannya pelanggan lama untuk tetap mempercayakan Pelayanan Pelanggan kepada Foodpedia di Cempaka Putih, Jakarta Pusat.

Salah satu usaha kuliner kerugian yang mempunyai potensi pasar dan pertumbuhan cukup besar adalah Foodpedia. Munculnya usaha kuliner sejenis seperti Upnormal membuat pasar kuliner di Indonesia berkembang.

Foodpedia melihat peluang yang sangat lebar tersebut, tetapi disisi lain banyaknya usaha kuliner mengalami kerugian yang beroperasi di Indonesia membuat persaingan untuk memperebutkan usaha kuliner juga semakin meningkat.

Selain itu konsumen juga semakin kritis terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima dari usaha kuliner dalam kehidupan sehari - hari. Jika konsumen merasa mendapatkan pelayanan yang baik, mereka akan merasa puas, tetapi jika pelayanan yang didapatnya mengecewakan maka akan mengakibatkan ketidakpuasan dan kemungkinan mereka akan menyampaikan ketidakpuasan tersebut kepada orang lain yang tentunya hal ini mengakibatkan image perusahaan menjadi tidak baik dan perusahaan akan kehilangan pelanggannya.

Foodpedia menyadari arti pentingnya kualitas pelayanan tersebut terhadap pelanggan Foodpedia, persoalannya sekarang adalah apakah dengan adanya berbagai jenis pelayanan yang diperoleh pelanggan foodpedia selama ini telah memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumennya. Ini merupakan fenomena tersendiri bagi Foodpedia untuk memahami dan mengukur tingkat kepuasan konsumen yang dimilikinya sebagai dasar untuk mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaingnya serta menemukan sisi bagian mana dari kinerja aktual yang dihasilkan oleh perusahaan yang membutuhkan peningkatan.

Selain dari kualitas pelayanan, yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah masalah lokasi yang merupakan tempat dimana suatu usaha dioperasikan / dijalankan. Lokasi menjadi begitu penting karena berpengaruh terhadap dimensi- dimensi pemasaran strategis seperti competitive positioning, fleksibilitas, fokus strategis, dan manajemen permintaan.

Berdasarkan uraian dan masalah di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Foodpedia Cempaka Putih, Jakarta Pusat.

## **LITERATUR REVIUW**

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (Lewis & Booms 2012:157) Kualitas pelayanan secara sederhana yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan nasabah. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan/ nasabah dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut.

Menurut Tjiptono (2011:59) mendefinisikan bahwa :

“Kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan adalah suatu aktivitas pelayanan yang dilakukan untuk memenuhi keinginan pelanggandan mengutamakan tingkat keunggulan dalam hal kenyamanan, hiburan dan kesehatan Konsumen.

### **Lokasi**

Menurut Heizer & Render (2015) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi baru perusahaan.

Menurut Sudarsono (2014) mengidentifikasi perbedaan lokasi dari berbagai kegiatan dari perbedaan sewa lahan (pertimbangan ekonomi). Tingkat sewa tanah dengan harga mahal berada di pusat pasar dan akan semakin rendah apabila makin jauh dari pasar, sehingga akan diperoleh perbandingan antara harga jual dengan biaya produksi. Semakin tinggi kemampuan menyewa tanah semakin besar kegiatan produksi dekat ke pusat pasar.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Lokasi adalah tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja.

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2012:138) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

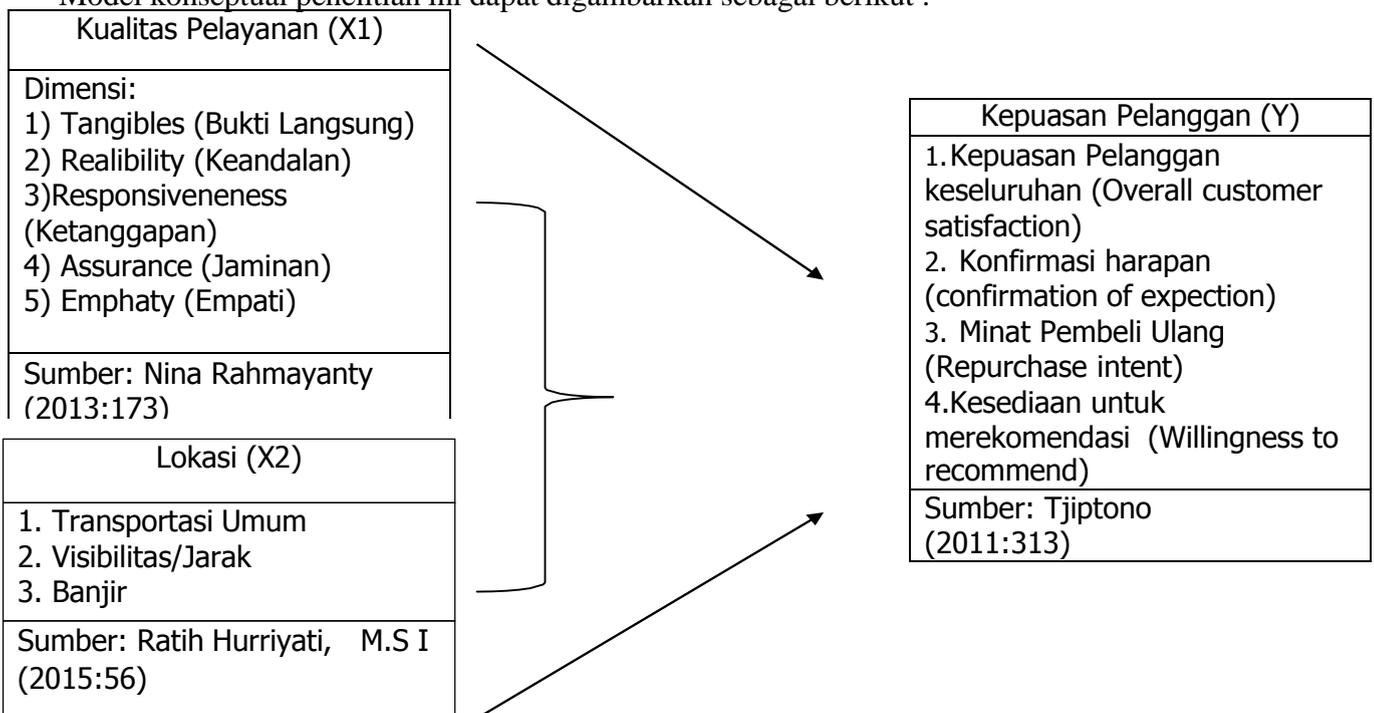
Menurut Kotler seperti dinyatakan oleh Sunyoto (2013:35), Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa. Tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas, dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas, senang atau gembira.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), dan Lokasi (X2), dan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Dengan hal ini maka diharapkan Kualitas Pelayanan, dan Lokasi, akan dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

### Model Penelitian

Model konseptual penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dimana peneliti menentukan beberapa variabel saja dari objek yang diteliti kemudian dapat dibuat, diinstrumen untuk mengukur. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yaitu pengamatan langsung ke obyek yang langsung diteliti untuk mendapatkan data yang relevan dan akurat dengan menyebarkan kuesioner. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini data dan informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Setelah data diperoleh kemudian hasilnya akan dijelaskan secara perspektif pada akhir penelitian akan dianalisa untuk menguji hipotesis yang diajukan pada awal penelitian ini.

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode survey. Data survey lapangan melalui pembagian kuesioner kepada responden. Dalam penelitian ini hal yang diamati penulis adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Foodpedia di Cempaka Putih, Jakarta Pusat.

Teknik sampling terdiri dari Populasi dan Sampel yang dijelaskan sebagai berikut :

### 1) Populasi

Menurut Sugiyono (2012:90), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Foodpedia di Cempaka Putih Jakarta Pusat, tidak terhingga dikarenakan jumlah pelanggan yang besar maka yang menjadi populasi penelitian ini adalah sebagian dari pelanggan Foodpedia di Cempaka Putih Jakarta Pusat.

### 2) Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu”. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representative (mewakili). Dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui maka teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel infinite (infinite sampling).

Penentuan jumlah sampel yang representative menurut Hair et.al (dalam Prawira, 2010:46) adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$N \text{ (sampel)} = \sum \text{indikator} \times 5$$

$$N = 22 \times 5$$

$$= 110$$

Dimana:

N : Sampel

$\sum \text{indikator}$  : Jumlah indikator dalam kisi-kisi variable

Jadi, berdasarkan perhitungan diatas maka diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 responden.

**Tabel IV 1 Hasil Uji Linear Berganda Kualitas Pelayanan (X1)**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.264	2.417		0.937	0.351
Kualitas Pelayanan	0.539	0.080	0.521	6.765	0.000
Lokasi	0.510	0.115	0.340	4.424	0.000

**Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2021**

Berdasarkan Tabel IV.36 diketahui bahwa nilai Constant sebesar 2.264 nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0.539 berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan dan nilai koefisien Lokasi sebesar 0.510 berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Disusun dalam persamaan regresi berganda sebagai berikut:

- (1) Nilai  $\alpha$  sebesar 2.264 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Kepuasan Pelanggan (Y) belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2). Jika semua variabel independen tidak ada maka variabel Kepuasan Pelanggan tidak akan mengalami perubahan.
- (2)  $b_1$  (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,539 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), yang berarti mengalami kenaikan satu satuan variabel Kualitas Pelayanan (X1) akan

mempengaruhi Lokasi (Y) sebesar 0,539 dengan asumsi bahwa variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini adalah konstan atau tetap. 3)  $b_2$  (nilai koefisien regresi  $X_2$ ) sebesar 0,510 menunjukkan bahwa variabel Lokasi ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), yang berarti kenaikan satu satuan Lokasi ( $X_2$ ) akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,510 dengan asumsi bahwa variabel lainnya.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Foodpedia Cempaka Putih Jakarta Pusat. Hal ini dapat dilihat dari hasil koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan sebesar 0,531 atau 53,1% Variabel terhadap Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan. Kesimpulan dalam hal ini menunjukkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan adalah faktor Kualitas Pelayanan. Kualitas Pelayanan yang dimiliki oleh Foodpedia dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, saat Kualitas Pelayanan meningkat maka Minat seseorang individu dapat meningkat pula sehingga Kepuasan Pelanggan yang dimiliki akan terpengaruh. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indra Firdiyansyah (2020). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

### 2. Pengaruh Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Foodpedia Cempaka Putih Jakarta Pusat. Hal ini dapat dilihat dari hasil koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan sebesar 0,434 atau 43,4%. Variabel terhadap Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel Lokasi. Kesimpulan dalam hal ini menunjukkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan adalah faktor Lokasi.

Lokasi Foodpedia dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, saat Lokasi mudah dijangkau maka Minat seseorang individu dapat meningkat pula sehingga Kepuasan Pelanggan yang dimiliki akan terpengaruh. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jefry F.T Bailia, Agus Supandi Soegoto, Sjendry Serulo R Loindong (2014). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Lokasi secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

### 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Pengaruh Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Foodpedia Cempaka Putih Jakarta Pusat. Hal ini dapat dilihat dari hasil koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan sebesar 0,604 atau 60,4% Variabel terhadap Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi. Kesimpulan dalam hal ini menunjukkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan adalah faktor Kualitas Pelayanan dan Lokasi.

Kualitas dan Lokasi Foodpedia dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, saat Kualitas Pelayanan dan Lokasi meningkat dan mudah dijangkau maka Minat seseorang individu dapat meningkat pula sehingga Kepuasan Pelanggan yang dimiliki akan terpengaruh. Hasil penelitian ini sama

dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Loredah Paulina Nainggolan, Ari Pradhanawati (2016)

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan dan Lokasi secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Foodpedia Cempaka Putih Jakarta Pusat, dapat di tarik dalam kesimpulan sebagai berikut:

1. Besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Foodpedia Cempaka Putih Jakarta Pusat dengan hasil koefisien determinasi ( $R^2$  square atau  $R^2$ ) menunjukkan sebesar 0,531 atau 53,1%. Terdapat Pengaruh yang Positif dan Signifikan antara Kualitas Pelayanan sosial terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 53,1%.

2. Besarnya Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Foodpedia Cempaka Putih Jakarta Pusat dengan hasil koefisien determinasi ( $R^2$  square atau  $R^2$ ) menunjukkan sebesar 0,434 atau 38,1%. Terdapat Pengaruh yang Positif dan Signifikan antara Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 43,4%.

3. Besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Foodpedia Cempaka Putih Jakarta Pusat dengan hasil koefisien determinasi ( $R^2$  square atau  $R^2$ ) menunjukkan sebesar 0,604 atau 60,4%. Terdapat Pengaruh yang Positif dan Signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pelanggan sebesar 60,4%.

## **Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diuraikan untuk permasalahan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan sudah cukup baik. Namun dapat di lihat lagi dari beberapa jawaban responden masih ada yang kurang puas dengan Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Kepuasan Pelanggan. Maka saran yang dapat diberikan oleh penelitian ini adalah:

1. Pada Restoran Foodpedia lebih meningkatkan pelayanan seperti penyampaian informasi lebih baik, dan memberikan pelayanan yang cepat.

2. Pada lokasi lebih ditingkatkan untuk cabang selanjutnya agar lebih mudah dijangkau oleh pelanggan

3. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk lebih mendalami dimensi-dimensi lain selain kualitas pelayanan dan lokasi yang juga mempengaruhi kepuasan pelanggan : Sehingga dapat menjadi pembelajaran bagi yang ingin membuka usaha restorandi dalam menerapkan strategi guna untuk meningkatkan penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, dan Keller, K.L. 2011 Manajemen pemasaran, edisi 13 jilid 1 dan 2, penerbit erlangga, Jakarta.

Lewis & Boom 2012. Service, Quality & Satisfaction. Edisi ke 3. Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta  
Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta

Supriyono. 2011. Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok, Buku 1 Edisi 2. Yogyakarta: BPFE.

Tjiptono. 2011. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Andi Offset