

SKRIPSI

**PENGARUH LOKASI, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MIE GACOAN BABARSARI YOGYAKARTA**



Disusun Oleh:

HENNI BR PASARIBU

11170321

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

2021/2022

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

HENNI BR PASARIBU

11170321

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

2021/2022

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : HENNI BR PASARIBU
NIM : 11170321
Program studi : MANAJEMEN
Fakultas : BISNIS
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH LOKASI, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MIE GACOAN BABARSARI YOGYAKARTA”**

Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 24 Mei 2022

Yang menyatakan



HENNI BR PASARIBU

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH LOKASI, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MIE GACOAN BABARSARI YOGYAKARTA

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

HENNI BR PASARIBU

11170321

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal 04 April 2022

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dr.Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min

(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)


:

2. Dra. Ety Istriani, MM

(Dosen Penguji)


:

3. Dr. Singgih Santoso, MM

(Dosen Penguji/Dosen Pembimbing)


:

Yogyakarta, 25 April 2022

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen




Dr. Perminas Pangeran, SE., M.Si.



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH LOKASI, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIE GACOAN BABARSARI YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat demi menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta merupakan bukan hasil tiruan ataupun duplikasi dari pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun. Kecuali bagian yang sumbernya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya. Apabila terdapat bukti skripsi ini hasil tiruan atau plagiarisme dari karya pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 21 Desember 2021

Yang membuat pernyataan



HENNI BR PASARIBU

11170321

HALAMAN MOTTO

- “Pencobaan-pencobaan yang kamu alami ialah pencobaan-pencobaan biasa, yang tidak melebihi kekuatan manusia. Sebab Allah setia dan karena itu ia tidak akan membiarkan kamu dicobai melampaui kekuatanmu. Pada waktu kamu dicobai ia akan membrikan kepadamu jalan keluar, sehingga kamu dapat menanggungnya.”

– 1 korintus 10:13

- “Jalan hidup tidak selamanya lurus dan mulus. Kalau sudah terlena dengan kemudahan bisa berbahaya. Padahal sumber dan pembelajaran yang berbahaya didapat dari pengalaman sulit, tantangan, dan penderitaan.”

– Rosediana.net

- “Terasa sulit Ketika aku merasa harus melakukannya. Tetapi, menjadi mudah Ketika aku menginginkannya.”

- Annie Gottlier

- “Ketika kau sedang mengalami kesusahan dan bertanya-tanya kemana Allah, cukup ingat bahwa seorang guru selalu diam saat ujian berjalan.”

- Nourman Ali Khan

- “Ubah pikiranmu dan kau dapat mengubah duniamu”

- Norman Vincent Peale

- “Allahku akan memenuhi segala keperluanmu menurut kekayaan dan kemuliaan nya di dalam Kristus Yesus.”

- Filipina 4:19

- “Belajar dari kemarin, hidup untuk hari ini, berharap untuk besok. Yang penting jangan sampai berhenti bertanya.”

– Albert Einstein

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberkati dan menuntun setiap langkah penulis dan keluarga.
2. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi dan doa setiap hari, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Abang Arlon dan adik Desi tercinta yang selalu memberikan dukungan, nasehat, dan semangat setiap hari sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Dosen pembimbing Bapak Dr.Singgih Santoso, S,E., M.M. yang selalu memberikan arahan yang baik sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Teman teman yang selalu menemani disaat susah dan senang Agmal Situmorang, Kai Exo, Chanyeol Exo, Desi Sinaga dan Maria Surbakti dan teman-teman lainnya yang belum belum dapat penulis sebutkan terimakasih atas dukungan, semangat dan penghiburan kepada penulis.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan karunia yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "PENGARUH LOKASI, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIE GACOAN BABARSARI YOGYAKARTA" Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mengalami kendala dan hambatan yang dilalui dalam penulisan tugas akhir ini, akan tetapi penulis bersyukur karna berkat karunia Tuhan serta dukungan dari segala pihak sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Oleh karenanya, dengan segala kerendahan hati, saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini, Penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Yogyakarta, 21 Desember 2021



HENNI BR PASARIBU

DAFTAR ISI

Halaman Judul	I
Halaman Pengajuan	II
Halaman Pengesahan	III
Pernyataan Keaslian Skripsi	IV
Halaman Motto	V
Halaman Persembahan	VI
Kata Pengantar	VII
Daftar Isi	VIII
Daftar Tabel	XI
Daftar Gambar	XII
Daftar Lampiran	XIII
ABSTRAK	XIV
ABSTRACT	XV
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Penelitian	4
BAB II Tinjauan Pustaka	7
2.1 Teori Menurut Para Ahli	7
2.1.1 Lokasi	7
2.1.2 Persepsi Harga	8
2.1.3 Kualitas Produk	9
2.2.4 Kepuasan Konsumen	11
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Berpikir	17
2.4 Hipotesis	17
BAB III Metodologi Penelitian	19
3.1 Desain Penelitian	19

3.2 Variabel Penelitian	19
3.2.1 Variabel Dependen	19
3.2.2 Variabel Independen	20
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	20
3.3.1 Populasi	20
3.3.2 Sampel	20
3.3.3 Teknik Sampling	21
3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	21
3.4.1 Jenis Data	21
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	22
3.5 Teknik Analisis Data	23
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian	24
3.5.2 Analisis Deskriptif	24
3.5.3 Analisis Regresi	25
3.5.4 Uji Hipotesis	26
BAB IV Hasil Dan Pembahasan	29
4. Data Deskriptif	29
4.1. Karakteristik Responden	29
4.2 Data dan Pembahasan	34
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	34
4.3.1 Uji Validitas	34
4.3.2 Uji Reliabilitas	36
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	37
4.5 Uji Hipotesis	40
4.5.1 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)	40
4.5.2 Uji Simultan (Uji F)	41
4.5.3 Uji Parsial (Uji t)	42
4.6 Pembahasan Analisis Hipotesis	44
BAB V Kesimpulan Dan Saran	46
5.1 Kesimpulan	46
5.1.1 Profil Responden	46
5.1.2 Analisis Regresi Linier Berganda	46

5.1.3 Keterbatasan Penelitian	47
5.2 Saran	47
5.2.1 Bagi Perusahaan	47
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	48
Daftar Pustaka	49
LAMPIRAN	52



DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.4.2 Skala Likert	23
Tabel 4.1.1 Jenis Kelamin	30
Tabel 4.1.2 Usia	30
Tabel 4.1.3 Pendidikan Terakhir	31
Tabel 4.1.4 Pekerjaan	33
Tabel 4.1.5 Pengeluaran Perbulan	33
Tabel 4.1.6 Frekuensi Membeli Mie Gacoan	34
Tabel 4.3.1 Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	38
Tabel 4.5.1 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)	40
Tabel 4.5.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)	41
Tabel 4.5.3 Hasil Uji Persial (Uji t)	42



DAFTAR GAMBAR

2.3 Kerangka Berpikir	17
-----------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner	52
a. Data Responden	53
b. Petunjuk Pengisian	54
Lampiran 1	55
Lampiran 2 Kuesioner Data Excel Responden	57
Lampiran 3 Kuesioner Data Excel Variabel Lokasi	61
Lampiran 4 Kuesioner Data Excel Variabel Persepsi Harga	65
Lampiran 5 Kuesioner Data Excel Variabel Kualitas Produk	69
Lampiran 6 Kuesioner Data Excel Variabel Kepuasan Konsumen	73
Lampiran 7 Uji Validitas Dan Reliabilitas	77
Lampiran 8 Hasil Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	80
Lampiran 9 Tabel r	83
Lampiran 10 Tabel t.....	84
Lampiran 11 Tabel F	85
Lampiran 12 Halaman Persetujuan	86
Lampiran 13 Lembar Revisi Ujian Pendadaran.....	87
Lampiran 14 Formulir Revisi Judul Skripsi	88
Lampiran 15 Kartu Konsultasi Skripsi	89

**PENGARUH LOKASI, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MIE GACOAN BABARSARI YOGYAKARTA**

HENNI BR PASARIBU

11170321

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Email: 11170321@students.ukdw.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh lokasi, persepsi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Babarsari Yogyakarta. Pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan metode kuantitatif. Instrumen pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner kepada responden. Populasi dari penelitian ini merupakan 100 responden yang pernah membeli Mie Gacoan Babarsari yang didapatkan melalui metode *sample non probability sampling* dengan teknik *purposive random sampling*. Hasil penelitian terhadap analisis Uji regresi Linier berganda diketahui kesimpulan bahwa lokasi, persepsi harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Lokasi, Persepsi Harga, Kualiatas Produk, Kepuasan Konsumen.

**THE INFLUENCE OF LOCATION, PRICE PERCEPTION AND PRODUCT
QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION OF GACOAN A NOODLES
BABARSARI YOGYAKARTA**

HENNI BR PASARIBU

11170321

Management Studies Program Faculty of Business

Duta Wacana Christian University Yogyakarta

Email: 11170321@students.ukdw.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the influence of location, price perception and product quality on consumer satisfaction of Mie Gacoan Babarsari Yogyakarta. The collection of data used is by quantitative methods, data collection instruments by distributing questionnaires to respondents. The population of this study is 100 respondents who have purchased Mie Gacoan Babarsari obtained through the *non probabiliti* sampling method with *purposive random sampling* technique. The results of the study of multiple Linear Regression Tests are known to conclude that the location, price perception and quality of products have a positive and significant influence on consumer satisfaction.

Keywords: Location, Price Perception, Product Cauldron, Consumer Satisfaction

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mie Gacoan adalah sebuah merek dagang dari jaringan restoran mie pedas nomor 1 di Indonesia yang menjadi anak perusahaan PT. Pesta Pora Abadi. Restaurant Mie Gacoan ini berdiri sejak awal tahun 2016. Dimana Mie Gacoan Babarsari merupakan salah satu bisnis kuliner yang lagi berkembang di kota Yogyakarta. Mengingat bahwa kemajuan bisnis di masa globalisasi yang sedang berlangsung menghadapi pergantian peristiwa yang sangat cepat, karena laju kemajuan dalam cara hidup manusia, terutama pada kebutuhan pokok. Untuk situasi ini kebutuhan pangan seperti makanan dan minuman. Ditambah lagi penduduk Indonesia jumlahnya terus bertambah setiap tahunnya yang dapat mengakibatkan meningkatnya kebutuhan akan pangan bagi masyarakat di Indonesia. Peningkatan ini yang tentunya menjadi peluang bisnis masyarakat Indonesia di bidang kuliner “Laeliyah 2017”.

Dunia bisnis untuk situasi ini, khususnya di bidang kuliner, telah berkembang pesat sehingga membawa persaingan dengan pebisnis yang berbeda. Dalam hal ini keadaan yang harus dipenuhi oleh pelaku bisnis untuk menyaingi pelaku bisnis lainnya adalah harus memiliki kemampuan untuk memahami kebutuhan pembeli.

Seorang pengusaha harus tahu tentang perilaku pelanggan untuk melihat perubahan yang dinamis, untuk dapat menyaingi pebisnis yang berbeda. Untuk menghadapi persaingan liar yang tak terhindarkan, kunci dasarnya adalah kepuasan konsumen dari bisnis yang berkelanjutan. Seperti yang ditunjukkan oleh “Kotler dan Keller 2007”. Kepuasan pembeli merupakan sensasi kegembiraan atau ketidakpuasan seseorang yang tampaknya menyamakan pameran efek samping dari produk yang dianggap sebagai presentasi hasil yang diharapkan. Dengan kinerja berada di bawah keinginan klien kecewa, Dengan kinerja melampaui keinginan

klien terpenuhi. Jika presentasi melampaui kinerja, klien akan terpenuhi. Dalam hal ini, kepuasan konsumen juga dapat sepenuhnya diselesaikan oleh lokasi yang strategis dan mudah diakses oleh pelanggan (di Astika Pratiwi, 2016). selain pengaruh lokasi, variabel lain yang mendukung kepuasan konsumen adalah variabel persepsi harga karena, dengan asumsi pembeli senang dengan nilainya, mereka akan membeli barang serupa dilain waktu. (Tommy Setiawan Ruslim dan Mukti Raha rdjo, 2016). Selain itu, kualitas produk juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Kotler dan Keller 2016: 164 mengungkapkan bahwa, “kualitas produk merupakan sesuatu yang akan memberikan hasil atau kinerja secara signifikan lebih dari kemauan pelanggan”.

Restoran Mie Gacoan Babarsari Yogyakarta mengungsung konsep dengan bersantap modern dengan harga yang terjangkau dan restoran Mie Gacoan ini juga sangat cocok untuk jadi tempat bersantap terutama bagi mahasiswa karena, bisa menjadi tempat nongkrong sekaligus bisa menjadi tempat untuk ngobrol santai sambil mengerjakan tugas. Dimana restoran Mie Gacoan Babarsari ini menyediakan makanan utama yang berbahan dasar mie, dalam pengolahan produk Mie Gacoan Babarsari memiliki berbagai macam variasi yakni mie setan (gurih pedas), mie iblis (pedas manis), dan mie angel (gurih tidak pedas). Selain itu restoran Mie Gacoan juga menyediakan berbagai macam menu lainnya seperti, udang rambutan, siomay, udang keju, dimsum, pangsit, lumpia udang, kaicak dan ceker. Selain makanan restoran ini juga menyediakan berbagai macam minuman seperti es genderuwo, es pocong, es sundel bolong, thai tea dan banyak lagi. Untuk harga perpersinya dijual dengan harga kisaran mulai dari 5000 hingga 13.000. (dalam Arofatul Azizah, 2020). Dalam hal ini, perusahaan harus lebih meningkatkan baik dari segi lokasi, persepsi harga dan kualitas produk untuk mempertahankan kepuasan konsumen/pelanggan terhadap produk Mie Gacoan dan memberikan kepercayaan agar pelanggan tetap membeli produk tersebut. Dari latar belakang

tersebut, maka berdasarkan penelitian ini dapat diambil judul yaitu; “pengaruh lokasi, Persepsi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Babarsari Yogyakarta ”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Babarsari Yogyakarta.
2. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Babarsari Yogyakarta.
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Babarsari Yogyakarta.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Babarsari Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Babarsari Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Babarsari Yogyakarta.

1.4 Manfaat Peneliti

1. Bagi Peneliti

Dapat menambah referensi serta menambah pengetahuan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang terkait dengan masalah lokasi, persepsi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi acuan bagi perusahaan untuk memiliki pilihan serta mengikuti masalah lokasi, persepsi harga, dan kualitas produk sehingga kepuasan konsumen tetap terjaga.

3. Manfaat untuk pihak lain

Dapat dijadikan sebagai referensi serta dapat menambah koleksi pustakan bagi akademis.

1.5 Batasan Masalah

a. Tempat Penelitian;

Penelitian ini dilakukan di wilayah provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

b. Waktu Penelitian;

4 September sampai 21 Desember 202

c. Profil Responden: Terdapat beberapa klaster pada profil responden yaitu;

- Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

- Usia : diatas 18 - 23 tahun

24 - 29 tahun

- 30 - 35 tahun
- > 36 tahun keatas
- Pendidikan Terakhir : SMA/SMK
Sarjana (S1)
Pascasarjana (S2/S3)
 - Pekerjaan : Pelajar/ Mahasiswa
Ibu Rumah Tangga
Wirausaha/Wiraswasta
Pegawai Swasta/PNS
Lain-lain
 - Pengeluaran Perbulan : > Rp.1.000.000 –Rp.1.500.000
> Rp.1.500.000 –Rp.2.000.000
> Rp.2.000.000 –Rp.2.500.000
>Rp.2.500.000
 - Frekuensi membeli dalam sebulan : 1 - 3 kali
4 - 6 kali
> 6 kali

d. Variabel Penelitian

Variabel ini difokuskan pada variabe lokasi, persepsi harga dan kualitas produk dan kepuasan konsumen.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat Mie Gacoan Babarsari Yogyakarta. Kemudian dari hasil penelitian ini didapat kesimpulan bahwa variabel lokasi, persepsi harga dan kualitas produk mempengaruhi variabel terikat, khususnya kepuasan konsumen Mie Gacoan Babarsari Yogyakarta.

5.1.1 Profil Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukkan kepada 100 responden di Yogyakarta, terlihat bahwa responden pembeli Mie Gacoan Babarsari Yogyakarta didominasi oleh wanita, dengan rentang usia >18-23 tahun dengan tingkat pendidikan terakhir berstatus SMA/SMK dan berstatus pekerjaan sebagai pelajar dan dengan rata-rata pengeluaran bulanan responden >Rp.1.000.000 - Rp.1.500.000 dan frekuensi pembelian Mie Gacoan Babarsari sebanyak 1-3 kali setiap bulan.

5.1.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil dari regresi linier berganda serta uji hipotesis seperti halnya Uji F, Uji t, dan Koefisien determinasi (R^2) yang telah diselesaikan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel bebas pada variabel terikat Mie Gacoan Babarsari Yogyakarta.

Dampak positif dan signifikan dapat dilihat dari hasil uji t yang menyatakan bahwa nilai signifikansi (Sig) variabel lokasi adalah $0,000 < 0,05$, sehingga untuk situasi ini H_0 ditolak dan

Ha diterima. Dalam hal ini nilai signifikansi (Sig) dari variabel persepsi harga adalah $0,000 < 0,05$, sehingga untuk keadaan ini H_0 ditolak dan H_a diterima. Selain itu, nilai signifikansi (Sig) variabel kualitas produk adalah $0,000 < 0,05$, sehingga untuk keadaan ini H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi untuk situasi ini, dapat dikatakan bahwa secara persial lokasi, persepsi harga dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen Mie Gacoan Babarsari Yogyakarta.

5.1.3 Keterbatasan Penelitian

Batasan penelitian ini adalah penulis memahami bahwa informasi selanjutnya masih kurang tepat, dengan alasan jumlah responden dalam penelitian ini hanya 100 responden. Kemudian, pada saat itu, jumlah variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya berpusat pada variabel lokasi, persepsi harga dan kualitas produk yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Mie Gacoan Babarsari Yogyakarta. Selain itu, untuk lokasi yang diulas ini hanya dipusatkan pada responden yang berdomisili di Yogyakarta dan pernah membeli Mie Gacoan Babarsari.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

- Perusahaan Mie Gacoan Babarsari disarankan untuk selalu meningkatkan dan menjaga lokasi seperti yang diharapkan oleh konsumen Mie Gacoan Babarsari, perihal ini perusahaan Mie Gacoan Babarsari dapat mempertimbangkan dari sisi lahan parkir yang terkadang membuat konsumen tidak mendapatkan lahan tempat untuk parkir, alhasil konsumen kebingungan untuk mencari tempat untuk parkir kendaraan dan akan mengakibatkan para konsumen tidak jadi membeli karena tempat parkir yang selalu

penuh. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan kepuasan konsumen Mie Gacoan Babarsari.

- Perusahaan Mie Gacoan Babarsari disarankan untuk selalu menjaga persepsi harga seperti yang diharapkan konsumen Mie Gacoan Babarsari, perihal ini perusahaan Mie Gacoan Babarsari dapat mempertimbangkan dari sisi kualitas produk apakah sudah sesuai dengan harga yang di tawarkan, hal ini bertujuan untuk mempertahankan kepuasan konsumen Mie Gacoan Babarsari. Mengingat hal ini akan menjadi alasan konsumen untuk tetap membeli kembali karena harga sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Dal hal ini harapannya supaya Mie Gacoan Babarsari tetap mejadi pilihan utama konsumen di Yogyakarta.
- Perusahaan Mie Gacoan Babarsari disarankan untuk selalu meningkatkan dan menjaga kualiatas produk. Dalam hal ini perusahaan dapat menambah variasi makanan, dimana perusahaan dapat membahkan mie yang berkuah agar konsumen tidak merasa bosan dengan varian mie yang digoreng. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan kepuasan konsumen Mie Gacoan Babarsari.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk situasi ini, diyakini bahwa analis dapat membangun kuantitas responden secara lebih mendalam sehubungan dengan dampak dari faktor-faktor yang dimaksud. Asumsi untuk variabel terikat dalam tinjauan ini, khususnya kepuasan konsumen dapat diperkirakan dengan akurat tepat dan tepat. Kemudian, pada penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel yang berbeda. Ini seharusnya memiliki opsi untuk melihat apakah faktor-faktor berbeda di luar penelitian ini benar-benar mempengaruhi kepuasan konsumen atau tidak.

(contoh: kualitas administrasi, kemajuan penawaran, gambaran merek.

DAFTAR PUSTAKA

- Hariyono, Rochmat Hidayat. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Stidi Pada Lapangan Futsal Hidayat Futsal Square)". Jurnal Manajerial, <http://dx.doi.org/10.30587/manajerial.v4i2.609>, diakses pada tanggal 09 april 2022.
- Huda, Ahmad Samsul & Ida Farida. 2014. "Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Joko Elektronik di Pati". <https://docplayer.info/31801486-Pengaruh-pelayanan-promosi-dan-lokasi-terhadap-kepuasan-konsumen-toko-joko-elektronik-di-pati-ahmad-samsul-huda-ida-farida.html>.
- zizah, Arofatul. 2020. "*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi, Harga Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan "Mie Gacoan" Yogyakarta)*". Ringkasan Skripsi thesis, STIE YKPN. <http://repository.stieykpn.ac.id/id/eprint/1238>, diakses pada tanggal 22 Jun 2021 00:38.
- Pratiwi, Astika. 2016. "*Pengaruh Lokasi, Harga, dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Argosari Wonosari*". S1 thesis, Fakultas Ekonomi. <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/42829>, diakses pada tanggal 30 Jan 2019 11:31.
- Rohmat, Bangkit. 2019. "*Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Provider*". Other thesis, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang. <http://eprintslib.ummg.ac.id/id/eprint/1029>, diakses pada tanggal 11 Dec 2019 07:18.
- Pratiwi, Bunga Putri. 2019. "*Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembeli Konsumen pada PT. Kue Xyz Bandung*". Skripsi(S1) thesis, Perpustakaan. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/41682>, diakses pada tanggal 15 Mar 2019 01:24.
- Chotimah, Chusnul & Denny Siregar. 2020. "*Analisis Perbaikan Kualitas Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (Studi Kasus Cafe XYZ Rawalumbu)*". <https://doi.org/10.31599/jies.v1i2.320>, diakses pada tanggal 16 Desember 2020.

- Fadilah, Ghufriyah Nur. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Kolong Jember”.
<http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/92107>, diakses pada tanggal 22 Agustus 2019.
- Adiningsih, Tya Dwi & Mustafa Kamal. 2012. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Inti Dan Kualitas Layanan Peripherbal Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa TelkomSpeed”. *Diponegoro Journal Of Management* Volume 1, Nomor 1 Tahun 2012. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Wahyudi, Muhammad. 2018. “Pengaruh Harga, Lokasi, Suasana dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Lele Kepruk”. UIN Raden Fatah Palembang. <http://eprints.radenfatah.ac.id>.
- Hariato, David dan Hartono Subagio. 2013. “Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, dan Atmosphere terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai Deja-vu Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol.1 No.1 2013. Universitas Kristen Petra Surabaya.
<https://media.neliti.com>.
- Muslikah, Ani dan Yoyo Indah Gunawan. 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kebijakan Harga terhadap Kepuasan Konsumen PT. HLS Yamaha Music Pejaten Village Mall Jakarta Selatan”. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*. Vol.19 No.3 Desember 2017. STIE IPWI Jakarta: <http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw>.
- Situmeang, Lina Sari. 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan”. Skripsi. UINSU.
<http://repository.uinsu.ac.id/3127/1/Skripsi.pdf>.
- Bimaria, N. P. P. R., Kulu, M. P., & Peridawaty, P. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sendy’s Swalayan Palangka Raya”. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 1(3), 181–191.
<https://doi.org/10.52300/jmso.v1i3.2759>.
- Karuniati, N. M. W., & Sugianingrat, I. A. P. W. 2021. “Pengaruh Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Amertha Dana Lestari di Badung”. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Parwisata*, 1(1), 394-411. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1188>.

Sugiyono, (2007). Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2010). Metode Penelitian Administratif. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Rohmawati, Zunita. 2018. “Kualitas, Harga dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan”. Jurnal Riset Entrepreneurship. <http://dx.doi.org/10.30587/jre.v1i2.418>. diakses tanggal 6 agustus 2018.

Simki, Ria Anggreani. 2017. “Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Vanilla Café Tulungagung”. Universitas Nusantara PGRI Kediri. Economic Vol. 01 No. 03 Tahun 2017 ISSN: BBBB-BBBB. http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2017/bf5084b2fb7d9ed0ff17164becd94f0f.pdf.

