



## Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Mie Setang Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara

**Arif Ballang**

Universitas Kristen Indonesia Toraja

[Arifballang123@gmail.com](mailto:Arifballang123@gmail.com)

**Althon K. Pongtuluran**

Universitas Kristen Indonesia Toraja

[althonkp@yahoo.co.id](mailto:althonkp@yahoo.co.id)

**Randi Tangdialla**

Universitas Kristen Indonesia Toraja

[tangdiallar@gmail.com](mailto:tangdiallar@gmail.com)

**Abstrak.** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Café Mie Setang. Prosedur pengumpulan data dari penelitian ini yaitu: observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data adalah kuantitatif dengan uji regresi linear berganda. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa secara parsial lokasi ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) di Café Mie Setang, hal tersebut ditunjukkan dari perolehan nilai  $t_{hitung}$  1.5000 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,678, dengan signifikan sebesar 0,140 sedangkan fasilitas ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) di Café Mie Setang, hal tersebut ditunjukkan dari perolehan nilai  $t_{hitung}$  6.619 dan  $t_{tabel}$  1,678, dengan signifikan sebesar 0,000. dan secara simultan lokasi ( $X_1$ ), dan fasilitas ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) di Café Mie Setang. Hal tersebut ditunjukkan dari perolehan nilai  $F_{hitung}$  29.726 dan  $F_{tabel}$  3,20 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000.

**Kata Kunci :** Lokasi, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan

**Abstract.** *The purpose of this study was to determine whether there is an influence of location and facilities on customer satisfaction at Café Mie Setang. data collection procedures from this study, namely: observation, questionnaires, and documentation. The data analysis technique is quantitative with multiple linear regression tests. The calculation results show that partially location ( $X_1$ ) has no effect on customer satisfaction ( $Y$ ) at Café Mie Handlebars, this is shown from the acquisition of a  $t$ count of 1.5000 and a  $t$ table of 1.678, with a significance of 0.140 while facilities ( $X_2$ ) have an effect on customer satisfaction ( $Y$ ) at Café Mie Setang, this is shown from the acquisition of a  $t$ count of 6,619 and a  $t$ table of 1.678, with a significance of 0.000. and simultaneously location ( $X_1$ ), and facilities ( $X_2$ ) affect customer satisfaction ( $Y$ ) at Café Mie Handlebars. this is shown from the acquisition of  $F$ count 29,726 and  $F$ table 3.20 with a significant level of 0.000.*

**Keywords:** *Location, Facilities, Customer Satisfaction*

### LATAR BELAKANG

Salah satu peluang bisnis yang menjadi trend hingga saat ini adalah bisnis kuliner makanan dan minuman yang disajikan dalam bentuk café, dimana café tersebut menyesuaikan

*Received Agustus 30, 2023; Revised September 02, 2023; Accepted Oktober 28, 2023*

\* Arif Ballang, [Arifballang123@gmail.com](mailto:Arifballang123@gmail.com)

dengan pola hidup masyarakat atau konsumen. Pola hidup masyarakat yang modern saat ini, menjadi acuan bagi para pebisnis café menyesuaikan dengan modernitas gaya hidup modern, tentu saja hal tersebut dilakukan oleh pebisnis dalam rangka merebut pangsa pasar. Khususnya café mie setang, yang dikemas dalam bentuk bisnis kuliner kekinian sehingga menarik bagi banyak konsumen untuk singgah dan menikmati layanan yang ditawarkan.

Dalam menentukan preferensinya terhadap suatu bisnis, konsumen akan memilih lokasi yang lebih mudah dijangkau, oleh sebab itu perilaku konsumen saat ini cenderung menyukai hal-hal yang praktis dan mudah dijangkau. Lokasi adalah titik dimana bisnis tersebut dijalankan. Lokasi yang baik adalah lokasi yang mudah dijangkau dan diakses oleh semua kalangan konsumen dan tentu saja dapat dijangkau oleh banyak pangsa pasar.

Keputusan dalam memilih lokasi biasanya sangat bergantung pada jenis usaha yang dijalankan. Khususnya bisnis café ini, lokasi yang strategis adalah lokasi dimana terdapat banyak akses perbelanjaan seperti pasar, transportasi yang padat, aktivitas masyarakat banyak dan seterusnya. Pentingnya lokasi bagi bisnis kuliner adalah mampu mendorong peningkatan pendapatan sebab selain akan menurunkan biaya operasional, juga dapat menambah value penjualan.

Tidak hanya lokasi, fasilitas juga perlu diperhatikan untuk menunjang kapasitas dan kenyamanan pelanggan. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan pelayanan yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. (Apriyadi, 2017). Fasilitas memiliki beberapa pertimbangan seperti perencanaan secara spasial dan ruang, perlengkapan, warna dan unsur serta pendukung lainnya. (Tjiptono, 2014).

Inti dari suatu bisnis berdasarkan konsep pemasaran adalah menciptakan kepuasan terhadap setiap pelanggan yang menikmati produk dan layanan yang diberikan. Kepuasan ini sangat penting bagi setiap bisnis, khususnya bisnis café ini, sebab kepuasan akan memberikan kesan yang positif bagi usaha yang dijalankan.

Pelanggan yang puas akan senantiasa melakukan pembelian yang berulang, dengan demikian secara tidak langsung akan meningkatkan value penjualan dan pendapatan bisnis. Semakin banyak pelanggan yang merasakan kepuasan, maka akan semakin tinggi pula nilai penjualan dan pendapatan. Jadi, lokasi dan fasilitas usaha merupakan kedua hal yang harus diintegrasikan dengan baik, demi tercapainya kepuasan pelanggan.

Perkembangan bisnis makanan di Kota Rantepao semakin lama semakin meningkat. Pada saat ini bisnis makanan semakin menjangkau semua lapisan masyarakat, bisnis makanan ini berdiri sebagai jawaban tuntutan masyarakat akan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan akan makanan. Meningkatnya persaingan mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara para pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Salah satu bisnis makanan yang sudah lama berkembang namun dapat bersaing dengan baik adalah Café Mie Setang.

Café Mie Setang merupakan salah satu Café yang hadir dengan konsep unik untuk memenuhi keinginan konsumen dengan menyediakan fasilitas seperti wifi, speaker dan mic untuk karaoke, interior dan desain instagramable dengan konsep semi outdoor, dan fasilitas lainnya untuk memberikan kenyamanan bagi setiap konsumennya. Café Mie Setang juga memiliki lokasi yang strategis yakni di pusat Kota Rantepao, sehingga dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih ekspansif, mencakup dari semua kalangan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pengertian Lokasi**

Lokasi merupakan bagian dari variabel pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada konsumen tidak jarang sangat dalam penyampaianannya (Nirwana, 2015). Dalam memilih lokasi yang baik merupakan keputusan yang penting, karena tempat merupakan komitmen sumber daya jangka panjang yang dapat mengurangi fleksibilitas masa depan usaha, kemudian lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan di masa depan.

Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Dalam mendirikan perusahaan, pemilihan lokasi sangat dipertimbangkan, karena pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik konsumen atau pelanggan.

### **Pengertian Fasilitas**

Fasilitas merupakan segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri. (Mardiyani & Murwatiningsih, 2015). Fasilitas merupakan bagian dari *physical evidence*, didalam buku ini dijelaskan secara garis besar, *physical evidence* meliputi fasilitas fisik organisasi (*service scape*) dan bentuk-bentuk komunikasi fisik lainnya. (Toriq & Martoatmodjo, 2014).

Menurut (Tjiptono, 2014) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum sesuatu ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

### **Pengertian Keputusan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah menbandingkan kinerja (hasil) jasa yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. (Kotler dan Keller, 2014).

### **Hipotesis**

#### **Pengaruh Lokasi (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Menurut Lupiyoadi & Hamdani (2011) dalam Kevin, et al (2021) lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman, dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung seperti adanya lahan parkir, serta faktor lainnya.

Oleh karena itu, pengusaha dapat menetapkan lokasi yang strategis dan dapat dengan mudah dijangkau oleh pelanggan.

Maka hipotesis yang digunakan yaitu:

H1: Lokasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

#### **Pengaruh Fasilitas (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Menurut Sulastiyono (2011) dalam Kevin, et al (2021) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada konsumen dalam melakukan aktivitasnya. Fasilitas dapat berupa desain fasilitas, estetika, peralatan penunjang, kondisi yang mendukung dan nilai fungsi. (Nirwana, 2014).

Oleh karena itu, fasilitas dari usaha sangat penting karena pada dasarnya fasilitas merupakan salah satu bentuk penilaian pelanggan terhadap usaha yang dikelola dan juga mempengaruhi pelanggan untuk terus berkunjung.

Maka hipotesis yang digunakan yaitu:

H2: Fasilitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

### **Pengaruh Lokasi (X1) dan Fasilitas (X2) Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dengan membandingkan kinerja yang dirasakan dari suatu produk (atau hasil) dengan ekspektasi perilaku konsumen. Emosi gembira dan kecewa terbentuk dalam diri konsumen melalui persepsi kualitas produk, fasilitas, harga dan lokasi. Pentingnya lokasi dan fasilitas pada suatu usaha dapat mempengaruhi pelanggan untuk berkunjung (Kotler & Keller, 2012). Apabila pelanggan merasa puas, maka akan tercipta suatu hubungan yang baik antara pelanggan dan pihak pengusaha.

Maka hipotesis yang digunakan yaitu:

H3: Lokasi dan Fasilitas Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Kepuasan pelanggan

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan secara langsung dan dilaksanakan di Café Mie Setang yang beralamat di Jalan Diponegoro No. 22 Kelurahan Penanian, Kota Rantepao, Provinsi Sulawesi Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Café Mie Setang yang jumlahnya tidak diketahui. Menurut Bagus Sumargo (2020) bahwa pemilihan sampel dengan jenis *accidental sampling* merupakan metode dengan memilih anggota sampel dari populasi yang ditentukan berdasarkan kejadian tertentu tak terduga/sesaat. Penggunaan metode *probability sampling* didasari oleh alasan bahwa subjek penelitian di Café Mie Setang yang selalu bergantian, maka peneliti hanya mengambil sampel dari konsumen yang didapati di lokasi penelitian saat penelitian dilakukan. Untuk memperoleh data-data pada penelitian ini, maka teknik yang digunakan yaitu pembagian kuesioner.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Validitas**

Uji validitas merupakan uji untuk membuktikan sejauh mana data yang digunakan dalam kuesioner dapat mengukur tingkat kevaliditasan kuesioner variabel penelitian menurut 15 pertanyaan yang dijawab oleh responden. Dengan keterangan bahwa jika  $r_{hit} > r_{tabel}$  maka pertanyaan kuesioner dikatakan valid tetapi jika  $r_{hit} < r_{tabel}$  maka pertanyaan kuesioner

dikatakan tidak valid. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 orang dengan  $df = 50 - 2 = 48$  maka diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,279 dengan  $(\alpha) = 5\%$  atau 0,05. Hasil validitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas**

variabel	pernyataan	$r_{tabel}$	$r_{hitung}$	keterangan
Lokasi	Item 1	0,279	0,699	Valid
	Item 2	0,279	0,649	Valid
	Item 3	0,279	0,800	Valid
	Item 4	0,279	0,866	Valid
	Item 5	0,279	0,647	Valid
Fasilitas	Item 1	0,279	0,692	Valid
	Item 2	0,279	0,700	Valid
	Item 3	0,279	0,753	Valid
	Item 4	0,279	0,836	Valid
	Item 5	0,279	0,712	Valid
Kepuasan pelanggan	Item 1	0,279	0,739	Valid
	Item 2	0,279	0,841	Valid
	Item 3	0,279	0,799	Valid
	Item 4	0,279	0,860	Valid
	Item 5	0,279	0,766	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.9 di atas diperoleh nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner penelitian dikatakan valid.

### Uji Reabilitas

Item pertanyaan dalam variabel dapat dikatakan reliable apabila jawaban dari responden adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Item dapat dikatakan reliable apabila nilai  $cronbach' alpha \geq 0,60$ . Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Cut Of Value	Keterangan
Lokasi	0,787	0,60	Reliable
Fasilitas	0,790	0,60	Reliable
Kepuasan pelanggan	0,861	0,60	Reliable

Sumber : Data yang di olah 2023

Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel > 0,60 dengan demikian dapat dikatakan bahwa seluruh butir pertanyaan yang digunakan adalah reliable.

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

**Tabel 4.3 Uji Normalitas**

<i>One – Sample Kolmogorov – smirnov (Exact sig)</i>	Signifikansi Uji <i>Kolmogorov - smirnov</i>	Keterangan
0,200	0,05	Data Normal

Sumber: Data yang diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.11 yaitu hasil uji normalitas dengan one-sample Kolmogorov-smirnov test menunjukkan bahwa nilai signifikansinya sebesar 0,200 yang menunjukkan bahwa nilai signifikannya < 0,05. Dengan data tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang telah diuji berdistribusi normal.

#### 2. Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF
Lokasi	0,887	1,127
Fasilitas	0,887	1,127

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.12 Yang menunjukkan nilai VIF variabel independen lokasi dan fasilitas  $\leq 10$  dan nilai *tolerance*  $\geq 0,10$ . Sehingga disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas pada persamaan regresi tersebut.

### 3. Uji Heterokedastisitas



**Gambar 4. Uji Heterokedastisitas**

*Sumber : Data diolah 2023*

Dari grafik di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 dpada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada mode regresi. Sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi hubungan variabel kepuasan pelanggan berdasarkan lokasi dan fasilitas.

### **Analisis Regrasi Linear Berganda**

**Tabel 4.5 Analisis Regresi Linear Berganda**

<b>Model</b>	<b><i>Unstandardized B</i></b>
(constant)	4,924
Lokasi	0,162
Fasilitas	0,667

*Sumber: Data yang diolah 2023*

Berdasarkan hasil uji persamaan regresi linear berganda pada tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa:

$$Y = 4,924 + 0,162X_1 + 0,667X_2$$

1. Nilai konstanta sebesar 4,924 yang menunjukkan bahwa jika tidak ada lokasi dan fasilitas maka kepuasan pelanggan di cafe mie setang sebesar 4,924.
2. Nilai koefisien regresi 0,162 menunjukkan bahwa setiap peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel lokasi maka kepuasan pelanggan pada cafe mie setang akan meningkat sebesar 0,162.
3. Nilai koefisien regresi 0,667 menunjukkan bahwa setiap peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel lokasi maka kepuasan pelanggan pada cafe mie setang akan meningkat sebesar 0,667.

## Uji Hipotesis

### 1) Uji Parsial (Uji t)

Adapun hasil pengujian parsial (Uji t) dapat di lihat pada tabel 4.14 Di bawah ini :

**Tabel 4.6 Uji t**

Model	B	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	sig
(constant)	4,924	1,918	1,678	0,061
Lokasi	0,162	1,500	1,678	0,140
Fasilitas	0,667	6,619	1,678	0,000

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.14 di atas dapat dilihat bahwa:

Cara mencari  $t_{tabel}$  :  $df = n - k$

$n$  = jumlah responden = 50 responden

$k$  = jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian = 3

$df = 50 - 3$

$df = 47$

$(\alpha) = 5\% = 0,05$ , maka  $t_{tabel} = 1,678$

- Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar  $0,140 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$   $1,500 < 1,678$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel lokasi terhadap kepuasan pelanggan.
- Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$   $6,619 > 1,678$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

### 2) Uji Koefisien Determinasi (Uji r)

**Tabel 4.7 Uji r**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.747 <sup>a</sup>	.558	.540	1.508	1.636

a. Predictors: (Constant), fasilitas, lokasi

b. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.15 terlihat bahwa nilai variabel independen yaitu lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,558 atau 55,8% artinya variabel lokasi dan fasilitas mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 55,8% sedangkan 44,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian.

### 3) Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 4.8 Uji F**

Model	$F_{hitung}$	$F_{tabel}$	sig
Regresi	29,726	3,20	0,000

Sumber : data diolah 2023

Dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$

$$F_{tabel} : df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$$

$$df_2 = n - k = 50 - 3 = 47$$

$$(\alpha) = 5\% = 0,05$$

Sehingga nilai  $df_1 = 2$ ,  $df_2 = 47$  dan  $\alpha = 0,05$

Maka  $F_{tabel}$  sebesar 3,20

Berdasarkan hasil pengujian tabel 4.16 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengaruh lokasi dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 29,726 > F_{tabel} 3,20$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel lokasi dan fasilitas secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di cafe Mie Setang Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara**

Pada hasil uji parsial tidak ditemukan pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini diperoleh berdasarkan uji t dimana  $t_{hitung}$  yang diperoleh sebesar 1,5000 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,678 dengan signifikan sebesar 0,140. Berdasarkan perhitungan tersebut nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka dapat dinyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Mie Setang Kabupaten Toraja Utara.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Alim, 2021) dimana pada penelitian tersebut ditemukan bahwa ada pengaruh signifikan

antara lokasi terhadap kepuasan konsumen Loji Resto dan Café . Juga pada penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawan & Soliha, 2022) mendapatkan hasil bahwa lokasi berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan pada My Kopi O Semarang. Dan pada (Marinda, 2018) mendapatkan hasil bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Limasan cafe Karawang.

### **Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di cafe Mie Setang Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara**

Pada hasil uji parsial ditemukan ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini diperoleh berdasarkan uji t dimana  $t_{hitung}$  yang diperoleh sebesar 6,619  $t_{tabel}$  sebesar 1,678 dengan signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan perhitungan tersebut nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat dinyatakan bahwa fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Mie Setang Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian (Alim, 2021) bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Loji Resto dan Café Kediri dan penelitian yang dilakukan oleh (Marinda, 2018) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Limasan cafe Karawang.

### **Pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di cafe Mie Setang Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara**

Berdasarkan hasil uji secara simultan ditemukan ada pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan hasil ini diperoleh berdasarkan uji F dimana  $F_{hitung}$  yang diperoleh sebesar 29,726 dan  $F_{tabel}$  3,20 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan perhitungan tersebut nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat dinyatakan bahwa lokasi dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Mie Setang Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alim, 2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan yang signifikan antara lokasi dan fasilitas Loji Resto dan Café. Serta pada penelitian (Marinda, 2018) yang menyatakan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Limasan Café Karawang.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa Suasana lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Mie Setang Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara. Kesimpulan ini diperoleh dari uji t yang menunjukkan nilai variabel lokasi sebesar 1,500. sedangkan nilai signifikan variabel Lokasi sebesar  $0,140 > 0,05$ . Fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Mie Setang Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara. Kesimpulan ini diperoleh dari hasil uji t yang menunjukkan nilai variabel fasilitas sebesar 6,619. Sedangkan nilai signifikan variabel Fasilitas  $0,000 < 0,05$ . Lokasi dan fasilitas memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Mie Setang Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara. Kesimpulan ini diperoleh dari Uji F yang menunjukkan nilai sebesar 29,726 Sedangkan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dalam penelitian ini peneliti memiliki keterbatasan waktu sehingga hanya menggunakan 3 variabel yaitu: lokasi, fasilitas dan kepuasan pelanggan.

### **Saran**

Berdasarkan Hasil penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka saran yang dapat di berikan penulis untuk menjadi bahan pertimbangan bahwa bagi perusahaan, penelitian ini bisa menjadi rekomendasi untuk melakukan evaluasi implementasi lokasi dan fasilitas karena kedua variabel ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan sehingga kedua hal ini perlu untuk ditingkatkan. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti ini hanya meneliti variabel Lokasi dan Fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Café Mie Setang. Masih banyak lagi faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan misalnya harga, kualitas pelayanan, dan lainnya. Bagi peneliti selanjutnya agar memperbanyak butir pertanyaan/pernyataan, jumlah responden agar memperoleh hasil yang signifikan dan memilih variabel-variabel yang lain selain yang diteliti dalam penelitian ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Apriyadi, D. 2017. *Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Di Stasiun Purwosari*. MAGISTRA. 29(99), 73–77.
- Kotler, P., Philip & Armstrong G. 2014. *Principles of Marketing*. 15<sup>th</sup> Edition New Jersey: Pearson Practice Hall, inc.

- Mardiyani, Y., & Murwatiningsih, M. 2015. *Pengaruh Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang*. Management Analysis Journal Vol. 4 No. 01.
- Nirwana. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*. Edisi I. Yogyakarta: Alta Graha.
- Sulastiyono, Agus. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan*. Bandung: Alfabeta.
- Sumargo, Bagus. 2020. *Tekhnik Sampling*. Jakarta Timur: UNJ Press.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kevin, A.S., Endang, M.S., Bilda, S. 2021. *Pengaruh Promosi, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Bakmi Golek Dewi Sartika*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Persada Indonesia No 3 Vol 4.