

ANALISA PENGARUH LOKASI, VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RESTORAN AYAM AYAM RESTO DI KLODRAN COLOMADU KARANGANYAR JAWA TENGAH

Suhardi

Universitas Islam Batik Surakarta
Email: Suhard759@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima 22 Juni 2020 Diterima dalam bentuk revisi 09 Juli 2020 Diterima dalam bentuk revisi	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi, variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Ayam Ayam Resto di Klodran, Colomadu, Karanganyar, Jawa Tengah. Jenis penelitian menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi yang diteliti, restoran Ayam Ayam Resto. Sampelnya sebagian pelanggan. Pengambilan sampel menggunakan insidental. Jumlah sampel 100 orang. Analisa data regresi linear berganda. Pengujian dengan uji t, uji F, dan Koefisien determinasi. Hasil analisa data menunjukkan bahwa persamaan regresi linear berganda didapatkan $Y = 7,584 + 0,170 X_1 + 0,218 X_2 + 0,112 X_3$ Koefisien determinasi menunjukkan 0,395. Hasil uji t diperoleh t_{hitung} pada X_1 sebesar $3,428 > t_{tabel} 1,985$, nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil uji t diperoleh t_{hitung} pada X_2 sebesar $4,242 > t_{tabel} 1,985$. dan nilai signifikansi $0,048 < 0,05$. Hasil uji t diperoleh t_{hitung} pada X_3 sebesar $2,641 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikansi $0,010 < 0,05$. Hasil uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel} (20,899 > 2,70)$, signifikansi $0,000 < 0,05$. Kesimpulan : Lokasi, variasi produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan lokasi, variasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Ayam Ayam Resto di Klodran, Colomadu, Karanganyar, Jawa Tengah.
Kata kunci: Lokasi; Variasi Produk; Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan	

Pendahuluan

Bisnis kuliner di Solo mengalami perkembangan yang sangat pesat, terbukti dengan bertambahnya warung dan restoran. Banyaknya pengunjung dari berbagai lapisan masyarakat pada restoran dan rumah makan yang akan membawa kota Solo sebagai kota destinasi wisata kuliner. Variasi produk makanan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan kuliner Solo (Oetomo, 2014). Persaingan tidak dapat dihindari. Kemajuan yang membawa pada persaingan semakin ketat akan menimbulkan

permasalahan baru. Dalam persaingan perusahaan harus dapat memenangkannya dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang selalu berkembang dan berubah – ubah (Kotler & Amstrong, 2018).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan konsumen saat membandingkan harapan dengan apa yang diterima setelah membeli atau mengkonsumsi produk barang atau jasa (Saputra, 2018). Lokasi adalah tempat untuk melakukan usaha dan merupakan faktor krusial berhasil tidaknya suatu usaha (Hanggita, 2018). Variasi produk merupakan unit khusus dalam sebuah merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan, atau atribut lain (Tjiptono, 2015). Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan sesuai yang diharapkan pelanggan (Philip & Keller, 2009). Kualitas pelayanan merupakan pelayanan yang baik dari perusahaan kepada konsumen, dalam mendapatkan barang dan jasa untuk kepuasannya (Urbayani, 2018). Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang harus diperhatikan karena merupakan kunci keberhasilan usaha (Solichin, Kantun, & Suyadi, 2017).

Restoran Ayam Ayam Resto Klodran Colomadu Karanganyar merupakan salah satu usaha rumah makan yang menyajikan berbagai variasi produk makanan, minuman dan fasilitas pelayanan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Konsumen akan terus membeli jika pelayanannya yang di berikan dianggap baik dan produk yang mereka cari juga ada. Pelayanan yang baik adalah harus seperti: keramah-tamahan, harga yang ekonomis, tata ruang yang tidak terlalu sempit dan tidak terlalu luas (Kamaludin, 2019).

Persaingan dalam merebut pelanggan melalui peningkatan kepuasan pelanggan merupakan pokok penelitian yang dilakukan, karena menurut pengamatan dan informasi yang saya dapat bahwa Ayam Ayam Resto mengalami penurunan jumlah pelanggan namun menurut hasil wawancara dengan manajernya tidak ada masalah apa-apa. Stok makananpun masih kekurangan dan pelayanan yang lambat. Perhatian dari pelayan terhadap pelanggan yang baru datang masih kurang atau bahkan tidak ada perhatian. Hal ini terjadi sewaktu saya berkunjung untuk makan di restoran. Pentingnya dilakukan penelitian untuk merebut pelanggan sebanyak – banyaknya melalui kepuasan pelanggan, dianalisa dari lokasi, variasi produk dan kualitas pelayanan.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Melalui kegiatan observasi, wawancara dan angket questioner. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental, Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala pengukuran dengan menggunakan skala likert. Sumber data diperoleh dari Ayam Ayam Resto. Data yang digunakan dalam analisa penelitian adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner. Pengujian menggunakan Uji Instrumen:, Uji Asumsi Klasik, Analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), Uji t, dan Uji F.

Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki - laki	44	44
Perempuan	56	56
Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas, jumlah responden yang berjenis kelamin pria sebanyak 44 orang dengan persentase 44% dari semua responden dan berjenis kelamin perempuan 56 dengan persentase 56% dari semua responden.

Tabel 2 Karakteristik responden berdasarkan usia

Rentang usia	Jumlah	Persentase (%)
10 -- 20	15	15
21 -- 30	64	64
31 -- 40	12	12
41 -- 50	8	8
Diatas 51	1	1

Sumber: Data Primer diolah, 2020

2. Uji Instrumen

a) Uji validitas

Digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018).

Hasil perhitungan nilai korelasi *product moment* (r hitung). Nilai r tabel diperoleh dari tabel statistik *product moment* pada derajat bebas alpha 5%. Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1). Jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan bersifat valid.
- 2). Jika r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan bersifat tidak valid.

Tabel 3 Hasil uji validitas untuk variabel lokasi

Variabel X1	r_{hitung}	r_{tabel}	signifikansi	Kesimpulan
X1.1	0,616	0,1966	0,000	Valid
X1.2	0,636	0,1966	0,000	Valid
X1.3	0,579	0,1966	0,000	Valid
X1.4	0,612	0,1966	0,000	Valid
X1.5	0,659	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2020.

Tabel 4 Hasil uji validitas untuk variabel variasi produk

Variabel X2	r_{hitung}	r_{tabel}	signifikansi	Kesimpulan
X2.1	0,603	0,1966	0,000	Valid
X2.2	0,505	0,1966	0,000	Valid
X2.3	0,607	0,1966	0,000	Valid
X2.4	0,499	0,1966	0,000	Valid

X2.5	0,594	0,1966	0,000	Valid
------	-------	--------	-------	-------

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Tabel 5 Hasil uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan

Variabel X3	r _{hitung}	r _{tabel}	signifikansi	Kesimpulan
X3.1	0,612	0,1966	0,000	Valid
X3.2	0,583	0,1966	0,000	Valid
X3.3	0,625	0,1966	0,000	Valid
X3.4	0,554	0,1966	0,000	Valid
X3.5	0,698	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Tabel 6 Hasil uji validitas untuk variabel kepuasan pelanggan

Variabel Y	r _{hitung}	r _{tabel}	signifikansi	Kesimpulan
Y1	0,567	0,1966	0,000	Valid
Y2	0,593	0,1966	0,000	Valid
Y3	0,530	0,1966	0,000	Valid
Y4	0,719	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Semua r hitung > r tabel, maka semua variabel data dinyatakan valid.

b) Uji Reliabilitas

Dilakukan untuk mengetahui kestabilan suatu alat ukur. Metode *Alpha Cronbach* yang digunakan. Pengujian ini menggunakan SPSS versi 25.

Tabel 7 Hasil uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha*.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.754	19

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Sebuah alat ukur dinyatakan reliabel/konsisten, jika koefisien Alpha lebih besar dari 0,7. Data *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,7, maka data dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square (OLS)* untuk mendapatkan ketepatan model.

a) Uji normalitas

Dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui residual memiliki distribusi secara normal atau tidak normal (Ghozali, 2018). Uji ini menggunakan rumus *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Pengujian menggunakan SPSS versi 25 windows.

Tabel 8 Hasil uji normalitas dengan *One Sample Kolmogorov Smirnov*

Signifikansi hitung	Sig α	Dinyatakan
0,148	< 0,05	Normal

Sumber: Data Primer diolah, 2020

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ berarti data tersebut berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ berarti data tersebut tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan data pengujian diatas diperoleh signifikansi sebesar 0,148 yang lebih besar dari 0.05, berarti residual data dinyatakan berdistribusi normal.

b) Uji heteroskedastisitas

Digunakan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan varian dari nilai absolut residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser Program SPSS versi 21.

Tabel 9 Hasil uji heteroskedastisitas

Variabel	signifikansi
Lokasi	0,547
Variasi Produk	0,748
Kualitas Pelayanan	0,074

Sumber: Data Primer diolah, 2020

- 1) Berdasarkan data diatas nilai untuk signifikansi X_1 sebesar 0,547 yang lebih besar dari 0,05, berarti dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi tidak terjadi heterokedastisitas.
- 2) Berdasarkan data diatas nilai untuk signifikansi X_2 sebesar 0,748 yang lebih besar dari 0,05, berarti dapat disimpulkan bahwa variabel variasi produk tidak terjadi heterokedastisitas.
- 3) Berdasarkan data diatas nilai untuk signifikansi X_3 sebesar 0,074 yang lebih besar dari 0,05, berarti dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak terjadi heterokedastisitas.

c) Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2018).

Tabel 10 Hasil uji multikolinearitas

Variabel	Toleransi	VIF
Lokasi	0,920	1,087
Variasi Produk	0,866	1,154
Kualitas Pelayanan	0,839	1,192

Sumber: Data Primer diolah, 2020

- 1) Berdasarkan data pengujian diatas nilai toleransi X_1 variabel lokasi adalah 0,920 dan nilai VIF sebesar 1,087. Berarti $0,920 > 0,10$ dan $1,087 < 10$, maka data variabel X_1 (lokasi) dinyatakan tidak terjadi multikoleniaritas.
- 2) Berdasarkan data pengujian diatas nilai toleransi X_2 variabel variasi produk adalah 0,866 dan nilai VIF sebesar 1,154. Berarti $0,866 > 0,10$ dan $1,154 < 10$,

maka data variabel X_2 (variasi produk) dinyatakan tidak terjadi multikoleniaritas.

- 3) Berdasarkan data pengujian diatas nilai toleransi X_3 variabel kualitas pelayanan adalah 0,839 dan nilai VIF sebesar 1,192. Berarti $0,839 > 0,10$ dan $1,192 < 10$, maka data variabel X_3 (kualitas pelayanan) dinyatakan tidak terjadi multikoleniaritas.

4. Analisis regresi linier berganda

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi yang diberikan variable bebas terhadap variable terikat. Pengujian menggunakan SPSS versi 25.

Tabel 11 Hasil uji regresi linier berganda

Variabel	Koefisien
Konstanta	7,584
Lokasi	0,170
Variasi Produk	0,218
Kualitas Pelayanan	0,112

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan :

$$Y = 7,584 + 0,170 X_1 + 0,218 X_2 + 0,112 X_3$$

Penjelasan dari persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 7,584 berarti bahwa apabila semua variabel independen bernilai 0, maka kepuasan pelanggan sebesar 7,584.
2. Koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,170 berarti apabila variabel lokasi naik 1 dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan naik sebesar 0,170.
3. Koefisien regresi variabel variasi produk sebesar 0,218 berarti apabila variabel variasi produk naik 1 dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan naik sebesar 0,218.
4. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,112 berarti jika kualitas pelayanan naik 1 dengan asumsi variabel lainnya tetap maka kepuasan pelanggan naik sebesar 0,112.

5. Koefisien determinasi (R^2)

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variable bebas (X) secara simultan terhadap variable terikat (Y).

Tabel 12 Hasil uji koefisien determinasi (R^2)

Model	R Square
1	0,395

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Koefisien determinasi menunjukkan 0,395 berarti kontribusi variabel bebas sebesar 39,5% terhadap variabel terikat. Variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.

6. Uji hipotesa

a) Uji t atau uji parsial

Untuk menguji bagaimana pengaruh masing – masing variable bebas secara sendiri – sendiri terhadap variable terikat. Pengujian menggunakan SPSS versi 25.

$$t_{\text{tabel}} = \alpha/2 ; n-k-1 = 0,05/2 ; 100-3-1 = 0,025 ; 96 \implies t_{\text{tabel}} = 1,985$$

Tabel 13 Hasil uji parsial

Hipotesa	t_{hitung}	t_{tabel}	signifikansi	Std	Kesimpulan
H2	3,428	1,985	0,001	< 0,05	Diterima
H3	4,242	1,985	0,000	< 0,05	Diterima
H4	2,641	1,985	0,010	< 0,05	Diterima

Sumber: Data Primer diolah, 2020

1. Berdasarkan tabel diatas diperoleh t_{hitung} pada H₂ sebesar 3,428 yang lebih kecil dari t_{tabel} 1,985. (3,428 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,001 yang lebih besar dari 0,05. (0,001 < 0,05) berarti H₀ ditolak dan H_a diterima. Berarti lokasi secara parsial berpengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Berdasarkan tabel diatas diperoleh t_{hitung} pada H₃ sebesar 4,242 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,985. (4,242 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. (0,000 < 0,05) berarti H₀ ditolak dan H_a diterima. Berarti variasi produk secara parsial berpengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Berdasarkan tabel diatas diperoleh t_{hitung} pada H₄ sebesar 2,641 yang lebih kecil dari t_{tabel} 1,985. (2,641 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,010 yang lebih kecil dari 0,05. (0,010 < 0,05) artinya H₀ ditolak dan H_a diterima. Berarti kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b) Uji F

Yaitu untuk menguji pengaruh variable lokasi, variasi produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Apabila $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$ maka hipotesis (H₁) diterima yang berarti bahwa semua variable bebas secara bersama-sama dan signifikan berpengaruh terhadap variable terikat. Jika signifikansi > 0,05 tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel – variabel independen terhadap variabel dependen. Jika signifikansi < 0,05 terdapat pengaruh yang positif signifikan antara variabel – variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan SPSS versi 25.

Tabel 14 Hasil uji F

Model	F	Ftabel	Signifikansi
Regresi	20,899	2,70	0,000

Sumber: Data Primer diolah, 2020

$$F_{tabel} = (k; n-k) = 3 ; 100-3 = 3 ; 97 = 2,70$$

Berdasarkan pengujian data diatas diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$, (20,899 > 2,70), berarti bahwa semua variable bebas secara bersama-sama dan positif signifikan berpengaruh terhadap variable terikat. Tabel hasil pengujian F menunjukkan signifikansi 0,000 berarti lebih kecil dari 0,05, maka terdapat pengaruh yang positif signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Jadi secara simultan lokasi, variasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

B. Pembahasan

Temuan dalam penelitian ini secara parsial dan simultan. Secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terbukti dari hasil olah data, nilai t sebesar 3,428 yang lebih besar dari t tabel sebesar 0,1985 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 5%. Penelitian ini sesuai dengan penelitian (Brailia, *et al*, 2014) yang menyatakan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Bailia, Soegoto, & Loindong, 2014). Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Febriana, E.K. dan Yulianeu, Harini, C. Warso, 2015). Berbeda dengan hasil penelitian Situmeang (2017), yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Situmeang, 2017).

Secara parsial variasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terbukti dari hasil olah data, nilai t sebesar 4,242 yang lebih besar dari t tabel sebesar 0,1985 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 5%. Penelitian ini sesuai dengan penelitian (Efnita, 2017) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variasi produk terhadap kepuasan konsumen (Efnita, 2017).

Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terbukti dari hasil olah data, nilai t sebesar 2,641 yang lebih besar dari t tabel sebesar 0,1985 dan nilai signifikansi sebesar 0,010 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 5%. Penelitian ini sesuai dengan penelitian (Nainggolan, *at al*, 2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Nainggolan & Pradhanawati, 2016). Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen berarti semakin berkualitasnya pelayanan makin tinggi kepuasan konsumen (N. Sari & Setiyowati, 2017).

Secara simultan terdapat pengaruh antara lokasi, variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Terbukti dari hasil uji F sebesar 20,899 yang lebih besar dari F_{tabel} 2,70 dan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 5%.

Analisa Pengaruh Lokasi, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Ayam Ayam Resto Di Klodran Colomadu Karanganyar Jawa Tengah

Jadi pelanggan Ayam Ayam resto berdasarkan hasil penelitian dinyatakan puas. Hasil ini berbeda dengan penelitian Sari (2015), yang menyatakan kepuasan pelanggan di ndalem ngabean resto dinyatakan belum puas, masih kurangnya pelayanan yang diperoleh konsumen (S. W. Sari, 2015).

Kesimpulan

Secara simultan lokasi, variasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lokasi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variasi produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Jadi pelanggan Ayam Ayam Resto di Klodran, Colomadu, Karanganyar, Jawa Tengah dapat puas dari lokasinya saja, variasi produknya saja atau kualitas pelayanannya saja. Kepuasan pelanggan juga dapat diperoleh dari lokasi, variasi produk dan kualitas pelayanannya. Pelanggan Ayam Ayam resto berdasarkan hasil penelitian dinyatakan puas.

BIBLIOGRAFI

- Bailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(2).
- Febriana, E.K. dan Yulianeu, Harini, C. Warso, M. M. (2015). *Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen. Universitas Pandanaran Semarang*. Retrieved from <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/download/708/689>.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Hanggita, A. T. (2018). Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa pada UMKM di Kecamatan Paciran. *Manajemen Bisnis*, 8(2).
- Kamaludin, A. (2019). Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotik Puji Lestari Majalengka. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 4(12), 47–55.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Marketing Principle*.
- Nainggolan, L. P., & Pradhanawati, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Stove Syndicate Cafe di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 531–541.
- Oetomo, A. (2014). Fasilitas Wisata Kuliner Solo di Solo Baru. *EDimensi Arsitektur Petra*, 2(1), 316–320.
- Philip, K., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Erlangga, Jakarta.
- Saputra, A. (2018). *Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional di Kecamatan Medan Johor)*.
- Sari, N., & Setiyowati, S. (2017). Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di PB Swalayan Metro. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(02), 186–199.
- Sari, S. W. (2015). Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Ndalem Ngabean Resto. *Skripsi. UNY. Yogyakarta*.

Analisa Pengaruh Lokasi, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Ayam Ayam Resto Di Klodran Colomadu Karanganyar Jawa Tengah

- Situmeang, L. S. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate Medan*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Solichin, I. A., Kantun, S., & Suyadi, B. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Quick Chicken Jalan Jawa No. 63 Jember Tahun 2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 11(1), 61–66.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran, edisi keempat. *Yogyakarta: CV Andi Offset*.
- Urbayani, N. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Retrieved from [http://eprints.ums.ac.id/64563/11/Naskah Publikasi Ok.pdf](http://eprints.ums.ac.id/64563/11/Naskah_Publikasi_Ok.pdf). Diakses 6 Januari 2020.