

**PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Konsumen Angkringan Modern King's
Matador Majenang)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Profesor. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

AHMAD TOHIRIN

NIM. 1717201051

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
PROFESOR. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**

2021

**PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Konsumen Angkringan Modern King's Matador
Majenang)**

Oleh: Ahmad Tohirin

NIM. 1717201051

E-mail: atohirin234@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Profesor. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Kepuasan konsumen penting untuk diperhatikan oleh perusahaan. Kepuasan konsumen dipengaruhi beberapa faktor. Fasilitas dan lokasi merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan pada konsumen, fasilitas dapat pula segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasannya. Menurut Murti, lokasi disebut sebagai tempat kegiatan perusahaan dalam beroperasi sehari-hari. Kemudian menurut Haming, lokasi perusahaan merupakan kunci bagi efisiensi dan efektifitas keberlangsungan perusahaan jangka panjang. Lokasi yang strategis akan memudahkan konsumen dalam mengakses dan mendapatkan kebutuhannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Modern King's Matador Majenang.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini bersifat *infinite* (tidak terbatas) karena jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Sehingga ditetapkan 100 orang responden yang dijadikan sebagai sampel yang mengacu pada teori Cooper, dan teknik pengambilan sampel yang digunakan *accidental sampling*. Metode yang digunakan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) Versi 20.

Berdasarkan pengujian statistik secara parsial (uji t) menyatakan secara parsial fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pengujian secara simultan (uji F) menyatakan secara simultan variabel fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil output nilai *R square* dari model regresi yang terbentuk dalam penelitian ini adalah sebesar 0.294 atau 29,4%, sisanya 70,6% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Kata Kunci: Fasilitas, Lokasi, Kepuasan Konsumen

**THE INFLUENCE OF FACILITIES AND LOCATION ON
CONSUMER SATISFACTION
(Case Study on Consumers of Modern Angkringan King's Matador
Majenang)**

By: Ahmad Tohirin

NIM. 1717201051

E-mail: atohirin234@gmail.com

Department of Islamic Economics Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University Professor K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Consumer satisfaction is important for the company to pay attention to. Consumer satisfaction is influenced by several factors. Facilities and location are factors that affect consumer satisfaction. According to Tjiptono, facilities are physical resources that must exist before a service can be offered to consumers, facilities can also be anything that makes it easier for consumers to get satisfaction. According to Murti, the location is referred to as a place of company activities in daily operations. Then according to Haming, the location of the company is the key to the efficiency and effectiveness of the company's long-term sustainability. Strategic location will make it easier for consumers to access and get their needs. This research aims to find out the influence of facilities and location on consumer satisfaction in Modern Angkringan King's Matador Majenang.

This research uses descriptive methods with quantitative approaches. The population in this study is infinite because the number of populations is not known with certainty. So it was determined that 100 respondents were used as samples that refer to Cooper's theory, and the sampling techniques used accidental sampling. The method used uses multiple linear regression analysis techniques with SPSS application tools (Statistical Product and Service Solution) Version 20.

Based on partial statistical testing (test t) states partially the facilities and locations have a positive and significant effect on consumer satisfaction. Based on simultaneous testing (test F) states simultaneously the variables of facilities and locations have a positive and significant effect on consumer satisfaction. The results output value of *R square* from the regression model formed in this study is 0.294 or 29.4%, the remaining 70.6% was explained by other variables not included in the study model.

Keywords: Facilities, Location, Consumer Satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Fasilitas	11
1. Pengertian Fasilitas.....	11
2. Indikator Fasilitas	12
B. Lokasi	13
1. Pengertian Lokasi	13
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Tempat atau Lokasi.....	14
3. Syarat Lokasi	14

C. Perilaku Konsumen	15
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	15
2. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	16
D. Kepuasan Konsumen	20
1. Pengertian Kepuasan Konsumen	20
2. Strategi Kepuasan Konsumen.....	21
3. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	22
4. Hal yang Diukur dalam Kepuasan Konsumen.....	23
E. Kerangka Pemikiran	25
F. Hubungan Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen	25
1. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen.....	25
2. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen	26
G. Penelitian Terdahulu.....	26
H. Rumusan Hipotesis.....	32
I. Landasan Teologis.....	34
1. Fasilitas dalam Perspektif Islam	34
2. Lokasi dalam Perspektif Islam.....	35
3. Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
1. Populasi.....	38
2. Sampel	39
3. Teknik Pengambilan Sampel	39
D. Variabel dan Indikator Penelitian	39
1. Variabel Penelitian.....	39
2. Indikator Penelitian.....	40
E. Pengumpulan Data Penelitian.....	44
1. Subjek dan Objek Penelitian.....	44

2. Sumber Data Penelitian	44
F. Teknik Pengumpulan Data	45
1. Observasi	45
2. Kuisisioner.....	45
3. Studi Pustaka.....	46
G. Teknik Analisis Data	46
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	46
2. Uji Asumsi Klasik.....	47
a. Uji Normalitas.....	48
b. Uji Multikolinearitas	48
c. Uji Heteroskedastisitas.....	48
3. Analisis Regresi Linier Berganda	49
4. Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	49
5. Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	52
B. Gambaran Umum Responden.....	53
C. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	57
D. Uji Asumsi Klasik	59
E. Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
F. Uji Hipotesis.....	63
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	73
B. Saran-saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kegiatan usaha, menurut Schnaars pada dasarnya untuk menciptakan para pelanggan agar merasa puas (Srijani, 2019). Pada saat memasarkan produk atau jasa harus dilakukan evaluasi, perubahan, terobosan baru guna keberhasilan pengusaha dalam menarik serta mempertahankan konsumen. Konsep pemasaran yang sederhana yakni, agar menguntungkan sudah menjadi keharusan bahwa setiap organisasi harus memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumennya (Raharjo, 2009).

Dari fenomena terciptanya banyak tempat usaha kuliner di Indonesia mengindikasikan tinggi pula minat masyarakat Indonesia terhadap kuliner. Kenyataannya bahwa makanan memang merupakan kebutuhan pokok setiap manusia. Hal tersebut sesuai dengan teori A.A Maslow, bahwa sandang, pangan, dan papan merupakan kebutuhan dasar manusia, atau pada tingkatan kebutuhan paling dasar. Permintaan pangan yang terus meningkat karena menjadi kebutuhan dasar manusia berimbas pada peningkatan penawaran makanan. Lembaga yang membantu perusahaan start-up berkembang yakni Parama Indonesia menyatakan sektor kuliner di Indonesia tumbuh rata-rata 7 hingga 14% per tahun dalam lima tahun terakhir (Juniman, 2017).

Menurut Abdul Rochim Direktur Jenderal Industri Agro Kementerian Perindustrian (Kemenperin) memproyeksikan bisnis makanan dan minuman dapat tumbuh mencapai 30% pada akhir tahun 2020 (WartaEkonomi.co.id, 2020). Hal tersebut menjadikan bisnis kuliner menjamur di Indonesia tak terkecuali di kota-kota kecil. Banyak pengusaha kuliner mendirikan usahanya, beranggapan memiliki peluang besar dikarenakan tingginya kebutuhan masyarakat akan kuliner. Seperti Kecamatan Majenang, wilayah tersebut menjadi salah satu kecamatan kecil di Indonesia yang ikut merasakan dampak adanya eksistensi usaha kuliner di tengah kehidupan bermasyarakatnya.

Di kecamatan Majenang, terdapat ratusan pengusaha kuliner yang berada di tepian jalan utama. Antara lain di jalan Diponegoro, Yos Sudarso, Ahmad Dahlan, Bhayangkara, Margasari, Dr Sutomo, hingga Jalan Raya Pahonjean. Dalam perkembangannya, usaha-usaha tersebut mulai merambah wilayah pinggiran Majenang, tepian jalan tembus Majenang-Brebes via Salem juga menjadi salah satu lokasi yang dilirik pengusaha (Suara Merdeka, 2017).

Merebaknya usaha kuliner mengindikasikan tingginya semangat berwirausaha. Berikut merupakan ayat yang menunjukkan bahwa Allah SWT memerintahkan untuk berbisnis secara maksimal, terkandung dalam surat Al-Mulk:15 yaitu sebagai berikut:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Artinya: *Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.* (Q.S Al-Mulk :15).

Ayat tersebut menerangkan bahwa manusia diperintahkan untuk berbisnis secara maksimal guna mendapatkan rizki dari Allah SWT. Dalam hadist juga disebutkan: “Sebaik-baiknya pekerjaan ialah usahanya seseorang pekerja apabila ia berbuat sebaik-baiknya (profesional)” (HR. Ahmad). Dengan manajemen yang baik maka pelaku bisnis dapat menerima, mengelola serta memecahkan dan mengambil manfaat atas bisnis yang dijalankan (Aziz, 2016).

Tren kuliner informal yang sedang berkembang pesat serta digemari kaum muda ialah tempat *nongkrong* dalam hal ini angkringan. Untuk merespon kebutuhan masyarakat tersebut, dengan cara menawarkan berbagai keuntungan dan fasilitas yang tidak hanya menyajikan keunggulan menu-menu dari tempat tersebut saja, tetapi juga menambahkan suasana yang nyaman serta santai guna menarik konsumen maupun calon konsumen, seperti penambahan internet gratis, hiburan *live* musik serta lainnya. Dari hal-hal demikian usaha kuliner diminati oleh masyarakat.

Angkringan menjadi alternatif bagi yang ingin berwirausaha dengan hasil yang cukup menjanjikan. Peminatnya datang dari berbagai kalangan mulai dari

pelajar, mahasiswa, pegawai. Indikasi keberhasilan bisnis kuliner dalam memenuhi kepuasan konsumen salah satunya adalah dengan menyediakan fasilitas yang memadai serta pemilihan lokasi yang tepat dan strategis.

Sasaran awal diciptakannya angkringan, yakni para pelajar atau mahasiswa yang berada di area tempat usaha maupun sedang merantau untuk kuliah serta para buruh pabrik dengan upah kecil. Berjalannya waktu, kini angkringan selain menjadi tempat makan yang *ngirit* juga tepat untuk dijadikan lokasi *nongkrong* dan wisata kuliner. Melihat target pasarnya yang semakin luas dan berkembang hingga sekarang ini, penting sekali pengusaha angkringan memperhatikan faktor lokasi yang strategis, fasilitas yang memadai. Bagi konsumen perantauan, mereka berusaha untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup sebaik mungkin, hal ini tentu menjadikan mereka harus pandai dalam mengatur keuangan mereka terutama bagi para pelajar/mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan. Akan tetapi disisi lain ada satu tuntutan kepraktisan yang dibutuhkan konsumen perantauan. Dalam hal ini tentang bagaimana cara memenuhi kebutuhan utama seperti makan dan minum. Perilaku beli atau jajan menjadi salah satu pilihan yang sangat praktis bagi mereka.

Angkringan sudah berusia seabad lebih yang pada mulanya bercokol di Kota Bengawan, jauh sebelum merebak di telatah Yogyakarta. Sebagai buktinya, jurnalis Djawi Hiswara pada edisi 28 Januari tahun 1918 menyurat terminologi "angkring" dalam pemberitaannya. Koran lawas terbitan Surakarta yang di temukan di Perpustakaan Nasional Jakarta itu menjelaskan bahwa angkring merupakan keranjang pikul untuk wadah (tempat) makanan dan air kopi (yang tergeletak di samping jalan). Menjamurnya angkringan di kampung halaman Presiden Jokowi itu merupakan buntut dari kehadiran listrik yang menerangi paras kota di malam hari pada permulaan abad XX. (Priyatmoko, 2018).

Kompetisi dunia angkringan menjadi sangat ketat, banyak diantara angkringan berinisiatif melakukan berbagai pendekatan atau strategi untuk mempertahankan konsumen dan menarik konsumen baru salah satunya dengan inovasi menu dan fasilitas yang memadai. Bisa dikatakan tempat yang nyaman,

interior yang modern, *free wifi*, suasana angkringan yang berbeda dan unik, serta *instagramable*.

Adalah Angkringan ModernKing's Matador yang merupakan salah satu bisnis kuliner dan satu-satunya dengan konsep angkringan modern di Majenang dan begitu diminati serta ramai konsumen. Seperti penuturan Chaya, selaku pengelola Angkringan Modern King's Matador menuturkan, walaupun tidak ada catatan pasti mengenai jumlah pengunjung atau konsumen, namun perkiraan dapat mencapai 200 kursi terisi oleh konsumen dalam sehari. Menurutny hari-hari padat konsumen terjadi pada hari Jum'at, Sabtu, Minggu, dan Senin. Selain pelayanan di tempat, selama masa pandemi Angkringan Modern King's Matador juga melayani *delivery order*, konsumen dapat memesan berbagai menu melalui kontak Whatsapp tertera (Chaya, 2020). King's Matador cukup berkualitas dengan memberikan suasana nyaman dan pilihan menu yang khas bagi konsumennya. Dengan mengukur dimensi makanan, lingkungan fisik, dan layanannya maka dapat dilihat seberapa kualitas rumah makan atau restoran tersebut dalam memberikan jasanya (Hudrasyah, 2017: 289).

Angkringan Modern King's Matador berlokasi di tengah kota dan sangat strategis ini berada di *rooftop* atau atap sebuah bangunan minimarket yang masih satu kepemilikan yakni Laksana Boga Majenang, dalam angkringan sendiri terdapat ruang *indoor* dan *outdoor*. Angkringan yang berdiri sejak 27 Desember tahun 2017 dan memiliki jam operasi pukul 15.00-22.00, banyaknya konsumen tertarik karena Angkringan Modern King's Matador menyediakan fasilitas yang baik, suasana berbeda, unik, nyaman, *instagramable* (terdapat vespa antik terpajang, ayunan, aksesoris wayang pada dinding, kemudian terdapat area premium yang disediakan) kerap untuk ber-swafoto atau dijadikan sebagai obyek foto sebagai momen mengasyikkan konsumen. Angkringan ini menjadi tempat ikonik di Majenang dan sekitarnya yang dapat dijadikan alternatif masyarakat apabila berkeinginan mengisi waktu luang dengan cara praktis demi melepas lelah serta penat dari kesibukan.

Umumnya angkringan identik dengan tempat berteduh yang kurang memadai apabila hujan, ada juga terbatasnya pramusaji, terkadang banyaknya

jumlah pengunjung tidak sebanding dengan tempat duduk ataupun dengan pramusaji yang ada sehingga pelanggan akan menunggu lama dan memungkinkan terjadi kekecewaan konsumen, pengelolaan dari segi pembayaran yang kurang tertata, dan pengawasan yang kurang terhadap pembeli yang keluar masuk, sehingga akan terjadi konsumen yang keluar tanpa membayar, pengelolaan kebersihan yang masih kurang baik, kemudian lokasi angkringan yang terletak dipinggir jalan akan menimbulkan ketidaknyamanan konsumen karena banyaknya kendaraan yang berlalu-lalang mengakibatkan asap polusi. Dari sekian banyak masalah tersebut, berbeda pada angkringan Angkringan Modern King's Matador Majenang, dari segi tempat serta fasilitas yang disediakan sangat baik dan memadai serta nyaman karena angkringan tersebut berkonsep angkringan modern untuk menarik konsumen.

Tabel 1.1 Fasilitas Angkringan Modern King's Matador Majenang

No	Fasilitas
1	Meja dan kursi yang selalu mencukupi
2	Tersedia media hiburan (akustik, aneka permainan uno)
3	Interior modern, unik, <i>instagramable</i>
4	<i>Free wifi</i>
5	Lahan parkir memadai
6	Tempat ibadah
7	Kamar mandi
8	Keamanan
9	Kebersihan

Sumber: Data primer diolah

Keberhasilan usaha di bidang jasa salah satunya ditentukan oleh faktor fasilitas, terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan oleh konsumen. Karena dalam usaha jasa penilaian konsumen terhadap suatu perusahaan didasari oleh apa yang mereka peroleh setelah menggunakan jasa

tersebut. Menurut Tjiptono, persepsi yang didapat dari interaksi konsumen dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas suatu jasa dimata konsumen (Sulistiono, 2010). Fasilitas fisik menjadi pertanda mengenai baik tidaknya kualitas jasa dan erat kaitannya dengan pembentukan persepsi konsumen, dengan tersedianya fasilitas yang baik maka konsumen akan merasa tertarik untuk melakukan pembelian. Fasilitas menjadi salah satu bahan pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan oleh perusahaan atau pelaku usaha, maka semakin puas konsumen dan ia akan terus menjadikan tempat tersebut sebagai pilihan utama berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang ditawarkan.

Sebagaimana Tjiptono (2012) menyatakan bahwa fasilitas adalah sesuatu yang dapat memudahkan serta memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda maupun uang. Menurut Tjiptono fasilitas dapat diartikan sebagai sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan pada konsumen, fasilitas dapat pula segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasannya (Moha, 2016).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hariaji (2019) fasilitas secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Konsumen akan terlayani dengan baik sehingga dengan ketersediaan fasilitas yang baik dapat menimbulkan kepuasan konsumen. Salah satu faktor kesuksesan untuk menciptakan kepuasan konsumen selain fasilitas, yaitu memperhatikan lokasi yang strategis.

Membangun sebuah usaha diperlukan tempat dimana perusahaan tersebut akan berlokasi. Kestrategisan lokasi Angkringan Modern King's Matador memiliki nilai lebih bagi konsumen dalam kecepatan menggapai lokasi. Lokasinya berada pada ruas jalan utama Majenang yaitu Jalan Diponegoro No. 97, siapapun yang melintas jalan tersebut dapat dengan mudah mengetahui keberadaan angkringan, terlebih lokasi berhadapan langsung dengan Taman Kota Majenang yang notabene ramai pengunjung.

Lokasi merupakan faktor yang sangat penting. Pada lokasi yang tepat, sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibandingkan dengan toko yang lainnya

yang berlokasi kurang strategis. Meski keduanya kedapatan menjual produk atau jasa yang serupa. Pemilihan lokasi memiliki fungsi yang strategis karena dapat ikut serta menentukan tercapainya tujuan badan usaha (Chasanah, 2019)

Semakin strategis lokasi dari jangkauan konsumen maka semakin kuat tingkat kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rutjuhan (2020) lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kemudian juga penelitian oleh Setiawan (2019) bahwa lokasi memiliki pengaruh langsung sebesar 39,5% terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Murti, lokasi disebut sebagai tempat perusahaan dalam melakukan kegiatan sehari-hari (Sulistiono, 2010). Lokasi usaha yang strategis akan memudahkan konsumen dalam mengakses dan mendapatkan keinginan dan kebutuhannya. Menurut Haming “Lokasi perusahaan merupakan kunci bagi efisiensi dan efektifitas bagi keberlangsungan perusahaan jangka panjang” (Hadiati, 2016).

Menurut Heizer lokasi mempunyai kekuatan untuk mensukseskan maupun menghancurkan strategi perusahaan (Sulistiono, 2010). Oleh karena itu pemilihan lokasi usaha harus dilakukan secara hati-hati. Konsumen akan selalu mempertimbangkan untuk berbelanja dengan melihat faktor lokasi yang sesuai. Menurut Haromain dikutip oleh (Tarinda, 2018) menyatakan bahwa tingkat kepuasan konsumen dapat diukur dari seberapa strategis lokasi usaha tersebut. Kedekatan lokasi angkringan dengan beberapa tempat tujuan wisata atau fasilitas-fasilitas umum akan menjadi nilai lebih bagi perusahaan.

Terdapat berbagai macam perilaku dari konsumen, yaitu tindakan nyata pada konsumen yang dipengaruhi oleh banyak faktor-faktor serta dapat mengarahkan mereka untuk memilih dan menggunakan barang/jasa yang diinginkan. Schiffman mengartikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam rangka mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, menghabiskan produk/jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhannya (Rilcudurano, 2018). Pada konsumen memiliki ketertarikan yang beragam mulai dari tempat yang asyik dan suasana nyaman untuk *nongkrong*, *instagramable*, menu yang ditawarkan, kebersihan, fasilitas yang memadai dan lokasi yang mudah diakses.

Gagasan perilaku konsumen menggambarkan kesimpulan untuk membeli atau tidak membeli barang/jasa (Durani, 2020). Keberhasilan pemasaran suatu pelaku usaha tidak hanya dinilai dari seberapa banyaknya konsumen yang didapatkan, namun juga bagaimana pelaku usaha ini mempertahankan konsumennya. Dalam pemasaran dikenal bahwa konsumen melakukan pembelian, ada proses yang dijuluki dengan tingkah laku pasca pembelian yang didasarkan oleh rasa puas dan tidak puas.

Kepuasan konsumen yaitu perasaan senang ataupun kecewanya seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka konsumen tidak puas. Jika kinerja berada memenuhi harapan maka konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan maka konsumen sangat puas atau senang (Kotler, 2006: 177).

Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk dalam diri konsumen melalui apa yang konsumen dapatkan setelah membandingkan dengan harapannya. Seorang konsumen yang puas terhadap nilai yang diberikan oleh produk atau jasa kemungkinan besar akan menjadi konsumen dalam waktu yang lama. (Harminingtayas, 2012)

Pada konsumen yang telah memperoleh pengalaman pembelian produk/jasa, berkunjung ke lokasi dan mengkonsumsi produk yang disukainya akan melakukan pembelian berulang, sebaliknya jika yang terjadi adalah ketidakpuasan di masa lalu maka konsumen tidak akan lagi melakukan pembelian atas produk/jasa tersebut. Sikap positif dapat menumbuhkan kepercayaan pada suatu produk atau jasa pada waktu selanjutnya. Berbagai pilihan konsumen terhadap produk/jasa dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya ketika atau pada saat seorang konsumen ini melakukan kunjungan serta pembelian suatu produk/jasa mungkin didasari oleh berbagai pertimbangan, alasan-alasan atau faktor-faktor tertentu.

Berangkat dari latar belakang masalah di atas, penulis telah melakukan penelitian mengenai Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja. Penelitian yang

dilakukan ini bertempat di Majenang, tepatnya di Angkringan Modern King's Matador Majenang. Angkringan tersebut dipilih karena merupakan satu-satunya angkringan yang berkonsep modern dan berbeda dari angkringan pada umumnya. Selain itu, beberapa tahun terakhir ini, bisnis atau usaha kuliner di Majenang semakin berkembang pesat. Menurut data kecamatan Majenang, ada ratusan pengusaha kuliner di wilayah itu. Lokasi usahanya yang strategis berada di tepian jalan utama yang menjadi pusat keramaian Majenang. Beragam ketertarikan di atas akan penulis tuangkan dalam sebuah penelitian yang berjudul Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Angkringan Modern King's Matador Majenang).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka dapat diambil suatu rumusan permasalahan, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen Angkringan Modern King's Matador Majenang?
2. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Angkringan Modern King's Matador Majenang?
3. Apakah terdapat pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Angkringan Modern King's Matador Majenang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen Angkringan Modern King's Matador Majenang.
 - b. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Angkringan Modern King's Matador Majenang.
 - c. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Angkringan Modern King's Matador Majenang.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Hasil penelitian diharapkan mampu menjadi sumber bacaan ilmiah dalam dunia akademisi.
- 2) Hasil penelitian dapat digunakan sebagai sumber referensi bagi pihak terkait yang ingin mengembangkan maupun melaksanakan penelitian serupa.

b. Manfaat Empiris

- 1) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bagi pelaku bisnis bidang kuliner baik angkringan maupun lainnya untuk mempertahankan konsumen dan mendatangkan konsumen baru serta meningkatkan omzet pendapatan.
- 2) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian maupun diskusi ilmiah pada mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto.

c. Manfaat Bagi Pelaku Usaha

- 1) Memberikan wawasan bagi pelaku usaha untuk meningkatkan pangsa pasar.
- 2) Memberikan wawasan bagi pelaku usaha untuk mengatur strategi yang lebih baik demi keberlanjutan usaha untuk masa mendatang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada Angkringan Modern King's Matador Majenang) secara parsial dan simultan. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan pada BAB IV, maka dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial variabel fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil interpretasi penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.12 diperoleh t_{hitung} sebesar 3,510 sedangkan t_{tabel} 1,984 sehingga t_{hitung} 3,510 > t_{tabel} 1,984 dan signifikan $0.001 < 0.05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menyatakan secara parsial fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Angkringan Modern King's Matador Majenang.

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil interpretasi penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.12 diperoleh t_{hitung} sebesar 3,808 sedangkan t_{tabel} 1,984 sehingga t_{hitung} 3,808 > t_{tabel} 1,984 dan signifikan $0.000 < 0.05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menyatakan secara parsial lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Angkringan Modern King's Matador Majenang.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan variabel fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.13 telah diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh fasilitas dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Perhitungan menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} 20,209 > F_{tabel} (3.09) dan nilai sig. $0.000 < (\alpha = 0.05)$. Hal ini menunjukkan H_a diterima dan H_0 ditolak,

yang menyatakan secara simultan variabel fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Modern King's Matador Majenang.

B. Saran

Setelah mengambil kesimpulan dari penelitian ini, saran penulis baik untuk dipertahankan, sebagai berikut:

1. Fasilitas yang sudah ada dan ditetapkan Angkringan Modern King's Matador Majenang dapat dikatakan baik sesuai harapan dengan kualitas yang ditawarkan dan manfaat yang dirasakan. Untuk itu saran penulis sebaiknya fasilitas saat ini perlu dipertahankan, dan terus melakukan perubahan atau berusaha menambah fasilitas baru itu sangat baik dan dapat memaksimalkan kepuasan konsumen. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan perusahaan, maka akan semakin puas konsumen dan ia akan terus memilih tempat tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang diperoleh terhadap fasilitas yang tersedia.
2. Dari hasil pembahasan ditemukan pada akses, dimana ini merupakan hasil dominan dari responden mengenai lokasi. Lokasi yang strategis mudah dijangkau calon konsumen maupun konsumen. Hal tersebut memberikan pertimbangan bagi pihak pemilik Angkringan Modern King's Matador Majenang agar memperhatikan kemudahan untuk menjangkau lokasi angkringan apabila pada suatu saat ingin berpindah lokasi atau melakukan ekspansi usaha dengan mendirikan angkringan yang baru.
3. Dari hasil koefisien determinasi menunjukkan angka yang masih cukup rendah. Bagi penulis lain masih sangat terbuka peluang untuk melakukan penelitian serupa dan disarankan memilih atau menambahkan variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Karena masih banyak variabel lain diluar penelitian ini yang mungkin mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Fathul Aminudin. 2016. *Manajemen Kewirausahaan Islami*. Yogyakarta: Editie Pustaka.
- Aziz, & Utami, 2020. *UMKM di Era Baru Kewirausahaan*. Banyumas: CV. Rizquna.
- Dwiastuti, R. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: Penerbit UB Press.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit - Undip.
- Isna, Alizar dan Warto. 2013. *Analisis Data Kuantitatif, Panduan Praktis untuk Penelitian Sosial: Dilengkapi Dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal*. Purwokerto: STAIN Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ma'sumah, S. 2019. *Kumpulan Cara Analisis Data Beserta Contoh Judul Dan Hipotesis Penelitian* (Cetakan 1 ed.). (M. Khusni, Ed.) Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia: CV. Rizquna.
- Sekaran, U., & Bougie, R. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Buku 1, Edisi 6. Terj. Tim Editor*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Buku 2, Edisi 6. Terj. Tim Editor*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sugiyono, P. D. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2018. *Pemasaran Strategik Perspektif Value-Based Marketing & Pengukuran Kinerja*. Bogor: Penerbit IPB Press.
- _____. 2018. *Riset Pemasaran Dan Konsumen. Panduan Riset Dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas Dan Persepsi Risiko*. Bogor: Penerbit IPB Press.
- Tjiptono, & Diana. 2015. *Konsumen Puas? Tak Cukup!* Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Amal, M. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Dealer Resmi Honda Kompo Motor Purbalingga)", *Skripsi*, Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Chasanah, U. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan", *Skripsi*, Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Dewi, R. 2020. "Kepuasan Nasabah Pada Fasilitas *Automatic Teller Machine* (ATM) PT. Bank Muamalat Kota Bengkulu", *Skripsi*, Bengkulu: IAIN Bengkulu.

- Durani, S. (2020). Consumer Behavior Towards Media Based Subscription Economy. *International Journal of Advanced Science and Technology*, Vo. 29, 4052.
- Febriana, Y. A. 2016. Pengaruh Fasilitas, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Penumpang PT. ASDP. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 5. Nomor 12.
- Gustriana, N. 2019. Pengaruh Cita Rasa, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Prasmanan Sederhana 1 Tegalgede Cikarang Selatan. *Skripsi*, Bekasi: Universitas Pelita Bangsa Bekasi.
- Hadiati, A. 2016. Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Yang Mempengaruhi Kesuksesan Usaha (Studi Kasus : Pedagang Handphone Sepanjang Jalan Moses). Yogyakarta.
- Hariaji, G. A. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Warung Kopi Srintil Di Temanggung). <http://jurnal.unimus.ac.id>
- Harminingtayas, R. 2012. Analisis Faktor Pelayanan, Fasilitas, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Penghuni Perumahan Permata Puri Ngalian Semarang. *Jurnal STIE SEMARANG*, Vol.4 No.3 (ISSN: 2252-7826).
- Hidayah, N. 2019. Pengaruh Harga, Fasilitas, Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Di Kabupaten Bulukumba. *Skripsi*, Makassar: UIN Alauddin Makassar.
- Hudrasyah, Y. E. 2017. Factors That Influence Customer's Intentions To Revisit Cafe: Case Study Of Siete Cafe in Bandung. *Journal of Business And Management*, Vol 6, 289.
- Ma'ruf, A. 2017. "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Di Toko Kripik Sawangan No. 1 Purwokerto)", *Skripsi*, Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Moha, Sartika.2016. The Analysis of Service Quality on Customer Satisfaction and Facilities in Hotel Yuta Manado. *Jurnal EMBA Vol.4 No.1 Maret 2016*. Hal. 575-584.
- Ningrum, O. 2016. Pengaruh Harga, Lokasi, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Angkringan Kang Harjo. *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas PGRI Yogyakarta.
- Pangenggar, Gadhag 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Konsumen "Warung Kopi Tunjang Café and Restaurant" Semarang) . *Jurnal Administrasi Bisnis*.

- Putra, A.T. 2019. “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Peraturan Umum Instalasi Listrik PT. Konsuil Perdana Indonesia Wilayah Bengkulu”, *Skripsi*, Bengkulu: IAIN Bengkulu.
- Prayoga, & Kaffah. “Manajemen Sarana dan Prasarana Perspektif Al-Qur’an dan Hadis”, dalam *E-Jurnal UNIM*, Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2019.
- Priyatmoko, H. 2018. Kearifan Angkringan. *Sejarah Wisata Kuliner Solo*.
- Raharjo, A. S. 2009. Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Internet di Kecamatan Gajahmungkur Semarang.
- Ramawati N.A 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Samsung Galaxy Series J di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Politic*.
- Rilcudurano D. 2018. Faktor Yang Mendorong Orang Berkunjung Ke Wood Café Ngabang. Yogyakarta, Universitas Sanata Dharma.
- Rustiana, & Kurniawan, E. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Konsumen Martabak Alim. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*. Vol.05. No.03.
- Rutjuhan, Arta. 2020. Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Mahfoed Life Gyim. *Jurnal Pamator*. Volume 13. Nomor 1.
- Setiawan, Rido, dkk. 2019. Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang . *Buletin Studi Ekonomi*.
- Situmeang, L.S. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Hot Plate Medan. *Skripsi*. Sumatera Utara: UIN Sumatera Utara.
- Srijani, S. dan Hidayat, A.S. 2017. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center. *WIGA Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*.
- Sulistiono A. B. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap (Studi Pada Tamu Hotel Sronдол indah Semarang).
- Tarinda, R. dan Zaini, A. 2018. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Scissors Barbershop Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Wigati, S. 2011. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Maliyah*. Vol.01. No.01.
- Wijayaningratri, C. A. 2015. Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Walikukun. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 4. Nomor 4.

Juniman, P.T. 2017. Gaya Hidup Masyarakat Menjadikan Bisnis Kuliner Menjanjikan. CNN Indonesia.

Siregar, Boyke.P. 2020. Bisnis Makanan-Minuman Diprediksi Tumbuh 30%. WartaEkonomi.co.id

Suara Merdeka. 2017. Usaha Kuliner Menggeliat Di Majenang. SM suaramerdeka.com

