

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBELI
PRODUK DI *ELEU CAFÉ* PALEMBANG**



Skripsi Oleh:

MAULANA YOS ANUGRAH DWI NATA

01011381924134

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2024

LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN 4/10/2024
FAKULTAS EKONOMI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK DI ELEU CAFÉ
PALEMBANG**

Disusun Oleh:

Nama : Maulana Yos Anugrah Dwi Nata

NIM : 01011381924134

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Palembang, 6 Juni 2024

Dosen Pembimbing



Dr. Ahmad Maulana, S.E.,
M.M NIP. 197512252015041001

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen
dalam Membeli Produk Di Eleu Café Palembang**

Disusun oleh :

Nama : Maulana Yos Anugrah Dwi Nata

NIM : 01011381924134

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 6 September 2024 dan telah memenuhi syarat untuk diterima Panitia Ujian Komprehensif

Palembang, 11 September 2024

Pembimbing

Penguji



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M

Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A

NIP. 197512252015041001

NIP. 19810630201402004

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M

NIP. 198907112018031001

SURAT PERNYATAAN INTEGRASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maulana Yos Anugrah Dwi Nata

NIM : 01011381924134

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Membeli Produk Di Eleu Café Palembang”

Pembimbing : Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M

Tanggal Ujian : 06 September 2024

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan

Palembang, 11 September 2024
Pembuat Pernyataan



Maulana Yos Anugrah Dwi Nata
NIM. 01011381924134

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya haturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Produk Di *Eleu Café* Palembang”. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua, kakak serta keluarga besar yang terus mendukung dan mendoakan saya selama menyusun skripsi.
2. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya
3. Bapak Prof. Dr. Muhammad Adam, S.E.,M.E selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya beserta jajarannya
4. Bapak Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang baik dari awal hingga akhir selama menyusun skripsi.

5. Ibu Dr. Dessy Yunit, S.E., M.M., M.B.A, selaku Dosen Penguji yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk datang menguji dan memberikan saran pada skripsi ini.
6. Bapak Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M dan Ibu Lina Dameria Siregar, S.E., M.M, selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Manajemen yang telah memberikan kemudahan dalam berbagai urusan administrasi maupun akademis.
7. Ibu Dr. Hj. Zunaidah, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik atas segala bimbingan dan masukan selama menempuh pendidikan akademik.
8. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga kepada penulis selama menempuh pendidikan.
9. Seluruh staf tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
10. Seluruh teman-teman dan rekan-rekan seperjuangan yang telah berbagi suka duka selama masa perkuliahan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca sekalian, atas perhatian dan masukan penulis ucapkan terima kasih.

Palembang, 1 Agustus 2024

Penulis,

Maulana Yos Anugrah Dwi Nata

NIM : 01011381924134

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN 4 / 10 2024
FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa abstrak skripsi mahasiswa :
Yang bertanda tangan dibawah ini :


Nama : Maulana Yos Anugrah Dwi Nata
NIM : 01011381924134
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan
Konsumen dalam Membeli Produk Di Eleu Café
Palembang

Telah kami periksa penulisan *grammar* maupun susunan *tenses* dan kami setuju
untuk ditempatkan pada lembar abstrak.


Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Jurusan


Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M

NIP. 197512252015041001


Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M

NIP. 198907112018031001

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK DI ELEU CAFÉ PALEMBANG

Oleh:

Maulana Yos Anugrah Dwi Nata

Zaman yang semakin maju berdampak pada usaha dan bisnis yang berkembang pesat saat ini adalah di bidang kuliner, yakni *café*. *Café*, yang sering disebut juga *coffeehouse*, *coffe shop*, merupakan istilah yang digunakan untuk tempat melayani pesanan kopi atau minuman hangat lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam membeli produk di Eleu Café Palembang. Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode kuantitatif sebagai metode penelitian yang digunakan. Pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel yaitu 160 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linier berganda yang menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan untuk lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam membeli produk di Eleu Café Palembang karena letak lokasi café yang berada di tengah-tengah kota dan merupakan tempat yang strategi. Sedangkan kualitas produk dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli produk di Eleu Café Palembang.

Kata kunci: kualitas produk, lokasi, kepuasan konsumen

Pembimbing



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M

NIP. 197512252015041001

Ketua Jurusan



Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M

NIP. 1989071120180331001

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN 4/10/2024
FAKULTAS EKONOMI MIU

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND LOCATION ON CONSUMER SATISFACTION IN PURCHASING PRODUCTS AT ELEU CAFÉ PALEMBANG

By:

Maulana Yos Anugrah Dwi Nata

The increasingly advanced era has an impact on business and the business that is currently developing rapidly is in the culinary sector, namely cafés. Café, which is often called coffeehouse, coffee shop, is a term used for places that serve orders for coffee or other hot drinks. This research aims to analyze the influence of product quality and location on consumer satisfaction in purchasing products at Eleu Café Palembang. This research uses primary data with quantitative methods as the research method used. The research sample was taken using a purposive sampling technique with a sample size of 160 respondents. The data analysis used is descriptive analysis and multiple linear regression using SPSS. The research results show that product quality has a significant effect and location has no partial effect on consumer satisfaction in purchasing products at Eleu Café Palembang because the café is located in the middle of the city and is a strategic location. Meanwhile, product quality and location simultaneously influence consumer satisfaction in purchasing products at Eleu Café Palembang.

Keywords: *product quality, location, consumer satisfaction*

Pembimbing

Ketua Jurusan



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M

NIP. 197512252015041001



Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T.,M.M

NIP. 1989071120180331001

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Maulana Yos Anurgah Dwi Nata
NIM : 01011381924134
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 16 Juni 2001
Agama : Islam
Alamat Rumah : Jl. Pangeran Ayin, Blok M. 1 No.17, RT. 04 RW.
01, Kel. Talang Kelapa, Kab. Banyuasin, Sumatera
Selatan
Alamat E-mail : yosmaulana0@gmail.com

Pendidikan Formal

- SD : SDN 10 Talang Kelapa
- SMP : SMP YPI Tunas Bangsa
- SMA : SMA YPI Tunas Bangsa

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS ILMIAH	iii
KATA PENGANTAR	iv
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Kualitas Produk.....	10
2.1.2 Dimensi Kualitas Produk	11
2.1.3 Tingkatan Produk	12
2.1.4 Perspektif Kualitas Produk.....	13
2.2 Lokasi.....	15

2.2.1 Faktor-faktor Penentu Lokasi.....	15
2.3 Kepuasan Konsumen.....	17
2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	17
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	17
2.3.3 Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen.....	18
2.3.4 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	19
2.4 Penelitian Terdahulu.....	20
2.5 Kerangka Pemikiran.....	28
2.6 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	30
3.2 Rancangan Penelitian.....	30
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	30
3.4 Populasi dan Sampel.....	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6 Defenisi Operasional Variabel.....	33
3.7 Uji Instrumen.....	34
3.7.1 Uji Validitas.....	34
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.8 Teknik Analisis.....	35
3.8.1 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.8.2 Uji Statistik.....	38
3.8.2.1 Uji Parsial (Uji T).....	38
3.8.2.2 Uji Simultan (Uji F).....	39

3.8.2.3 Koefisien Determinasi (R^2)	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Jenis Kelamin Responden	41
4.1.2 Usia Responden.....	42
4.1.3 Profesi Responden.....	43
4.1.4 Pendapatan Perbulan	44
4.1.5 Kunjungan Responden ke <i>Eleu</i> Perbulan	45
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	46
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	46
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	49
4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	50
4.3.1 Variabel Kualitas Produk (X1).....	50
4.3.2 Variabel Lokasi (X2).....	53
4.3.3 Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	55
4.4 Hasil Analisis Data.....	57
4.4.1 Hasil Uji Asumsi Klasik	57
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda	62
4.5 Hasil Uji Hipotesis	64
4.5.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	64
4.5.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	65
4.5.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.6 Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71

5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Data Penjualan Eleu Café Paembang pada Tahun 2021-2023.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Skala Likert.....	33
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	41
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Usia Responden	42
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Profesi Responden	43
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Pendapatan Responden Perbulan.....	44
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Kunjungan Responden ke Eleu Perbulan	45
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	47
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Lokasi (X2).....	48
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Produk.....	51
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Variabel Lokasi.....	53
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedasitas	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	63
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	65
Tabel 4.19 Hasil Uji t.....	66
Tabel 4.20 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Kopi di Indonesia pada Tahun 2020-2021	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2 Hasil Uji Instrumen	84
Lampiran 3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	88
Lampiran 4 Hasil Teknik Analisis	89
Lampiran 5 Hasil Uji Statistik.....	90
Lampiran 6 Distribusi Frekuensi Hasil Kuesioner.....	91

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zaman yang semakin maju berdampak pada usaha dan bisnis yang berkembang pesat saat ini adalah di bidang kuliner, yakni *café*. *Café*, yang sering disebut juga *coffeehouse*, *coffee shop*, merupakan istilah yang digunakan untuk tempat melayani pesanan kopi atau minuman hangat lainnya. *Café* memiliki karakteristik seperti bar atau restoran, tetapi berbeda dengan *cafeteria*. Saat ini banyak *café* yang tidak hanya menyediakan kopi saja, tetapi juga minuman lainnya yang didampingi dengan makanan ringan. Namun ada juga *café* dan resto yang merupakan *café* yang dilengkapi makanan utama. Dari sisi budaya, *café* telah tersebar luas dan menjadi pusat interaksi sosial yang dimana orang-orang dapat berkumpul, berbicara, tempat untuk menulis dan membaca atau sekedar mengisi waktu.

Dikutip dari Ahmad, (2022), pengertian *Café* secara harfiah adalah minuman (kopi), tetapi berubah menjadi tempat yang menyediakan berbagai macam minuman bukan hanya kopi, tapi juga minuman lain termasuk minuman dengan kadar alkohol rendah. *Café* merupakan istilah yang berasal dari bahasa Perancis yang artinya adalah kopi. Negara Perancis memang dikenal dengan Negeri *café* karena perkembangan disana sangat pesat, ada banyak sekali *café* tersebar luas di hampir seluruh wilayah Perancis. Sementara *Coffee Shop* yang dikenal sampai sekarang, berasal dari Turki

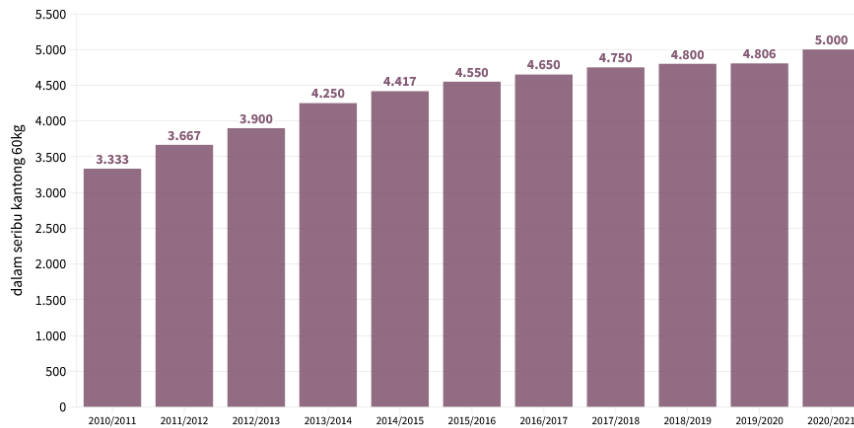
tepatnya pertama kali berdiri pada tahun 1475 di Constatinopel. Mulanya *Coffee Shop* hanya menyediakan kopi saja sebelum bergeser ke banyak jenis minuman. Sedangkan di tanah Eropa, *Coffee Shop* pertama kali di dirikan pada tahun 1529 dan langsung digemari masyarakat Eropa karena ide memperhalus dan menyaring kopi serta mencampurkannya dengan kopi dan susu semakin membuatnya terasa nikmat. Dari situ *Coffee Shop* di Eropa semakin populer dan berkembang yang tidak hanya menjual minuman kopi saja, namun mulai menjual kue-kue manis sebagai makanan pelengkapya.

Kebutuhan akan makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia yang wajib terpenuhi sehingga bisnis kuliner menjadi trend dikalangan masyarakat Indonesia, khususnya dikalangan anak muda. Banyaknya pebisnis dalam bidang ini menyebabkan adanya persaingan bisnis yang ketat. Pelaku bisnis *café* dituntut untuk menjadi kreatif (*be kreatif*) dalam setiap aspeknya agar siap menghadapi persaingan industri kreatif yang semakin meningkat. Mereka menyiapkan strategi-strategi baru yang lebih menarik agar produk-produk yang diproduksi dapat diterima oleh konsumen. Selain itu para pelaku bisnis *café*, penting mempelajari teori bisnis *café* agar cepat maju. Saat membuka *café*, kesalahan yang kadang bahkan kerap terjadi dikarenakan perencanaan bisnis yang tidak matang. Akibatnya sebagian pengusaha *café* memutuskan mundur lantaran tak mampu berkompetisi. Para pengusaha *café* gagal dikarenakan menganggap idenya paling baik, sehingga sulit menerima kritik atau masukan. Padahal ide bagus tidak cukup, ia harus bekerja sama dengan para karyawan terkait cara memikat hati pelanggan.

Misalnya membahas menu, tempat, dan lain-lain. Pengusaha harus *sharing*, terlebih dengan yang kompeten di bidangnya.

Pada awalnya masyarakat mengenal warung kopi saja sebagai tempat yang relatif sepadan dibandingkan *café* dalam pemahaman masyarakat barat. Seiring perkembangan zaman, kemajuan teknologi informasi, dan campuran budaya barat dan lokal, pengusaha warung kopi berkonsep *café* seperti yang ada di barat mulai menyebar. Banyak muncul *café* baru, mulai dari yang berkonsep terpusat sampai menggunakan sistem waralaba. Selain *coffeezone* yang menawarkan konsep waralaba, terdapat juga warung kopi lainnya yang berekspansi secara terpusat. Mulai dari merek internasional seperti *Coffee Bean* dan *Starbuck*, hingga merek lokal seperti Janji Jiwa, Kopi Kenangan, dan Kopi Kulo yang menjamur diberbagai seluruh wilayah Indonesia.

Menurut data *International Coffee Organization (ICO)*, konsumsi kopi di Indonesia mencapai 5 juta kantong berukuran 60 kilogram pada periode 2020/2021. Jumlah itu meningkat 4,04% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebesar 4,81 juta kantong berukuran 60 kilogram. Konsumsi kopi di Indonesia pada 2020/2021 menjadi yang tertinggi dalam dekade terakhir yang ditunjukkan pada gambar 1.1. Sedangkan, produksi kopi Indonesia mencapai 774,6 ribu ton pada tahun 2021. Nilai tersebut naik 2,75% dari tahun sebelumnya yang sebesar 753,9 ribu ton



Gambar 1.1 Konsumsi Kopi di Indonesia pada Tahun 2020-2021

Sumber: *International Coffee Organization (ICO), 2022*

Tingginya aktivitas masyarakat dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidup menuntut masyarakat untuk senantiasa fleksibel dalam bekerja, bahwa penyelesaian suatu pekerjaan tidak mutlak diselesaikan di kantor ataupun di rumah. Penyelesaian pekerjaan dapat juga dilakukan pada tempat-tempat yang nyaman dan aman seperti, restoran, rumah makan dan warung, perubahan struktur kebudayaan yang sangat signifikan baik dari pola interaksi maupun wadah komunikasi ruang publiknya, salah satu hal yang melatar belaknginya adalah tingginya angka pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi yang telah menaikkan kesejahteraan warga membuat kinerja para pelaku usaha terdongkrak dan kelas menengah terus menerus tumbuh menjadi pasar utama *café* dan restoran.

Dikutip dari Ardian, (2019), di Indonesia, *Café* pertama kali muncul tahun 1878. *Café* tertua di Indonesia bernama Tek Sun Ho, didirikan Liaw Tek Soen. Jauh sebelum *Café* Tek Sun Ho, sebenarnya kedai kopi sudah banyak berdiri di negeri ini sejak empat abad silam. Seiring perkembangan zaman, *café* yang semula menyediakan menu utama minuman kopi, kini telah dimodifikasi layaknya restoran yang menyediakan ragam makanan. *Café* yang semula tempat persinggahan sejenak

untuk melepas penat sembari menikmati secangkir kopi, kini telah berubah menjadi tempat multifungsi layaknya tempat wisata untuk nongkrong, berfoto, dan berdiskusi.

Di Kota Palembang sendiri banyak terdapat *café-café* yang bermunculan, salah satunya Eleu Café yang terletak di Jl. Jaksa Agung R. Soeprapto, 26 Ilir D. 1, Kec. Ilir Barat I, Kota Palembang. Para pengunjung dapat menikmati aneka menu makanan dan minuman yang biasanya ada di Eleu Café. Adapun variasi produk yang dimiliki oleh Eleu Café, yaitu produk minuman olahan kopi dan juga non kopi bagi pelanggan yang tidak menyukai minuman olahan kopi. Eleu Café juga menyediakan makanan main *course* bagi konsumen yang ingin makanan berat dan juga ada makanan ringan bagi konsumen yang ingin sekedar pendamping untuk duduk santai. Untuk desain ruangnya sendiri dengan lahan yang cukup luas, Eleu Café memiliki ruangan *indoor* dan *outdoor* yang cukup membuat pengunjungnya merasa nyaman, fasilitasnya pun terbilang lengkap seperti sofa yang empuk, ruangan ber-AC, *live music*, dan *wifi* gratis untuk para pengunjung.

Pada malam hari Eleu Café ramai pengunjung dibandingkan pada siang hari. Selain karena faktor cuaca yang cukup panas, di jam siang juga banyak orang masih kerja atau kuliah yang menyebabkan Eleu Café tidak terlalu ramai dibandingkan pada jam malam selalu ramai, apalagi di jam malam ada *live music* untuk menghibur para pengunjung ataupun ada acara yang diselenggarakan oleh pihak Eleu Café . Berikut ini merupakan data penjualan Eleu Café selama 2021-2023.

Tabel 1.2 Data Penjualan Eleu Café Palembang pada Tahun 2021-2023

Bulan	Tahun		
	2021	2022	2023
Januari	253	340	412
Februari	249	316	376
Maret	212	221	448
April	257	356	389
Mei	219	318	312
Juni	234	325	327
Juli	312	307	375
Agustus	305	323	356
September	282	264	416
Oktober	300	278	340
November	217	321	365
Desember	240	312	434
Total	3080	3681	4550

Sumber: Eleu Café

Tahun 2021 Indonesia masih terkena covid 19 yang memberikan dampak cukup besar bagi para pelaku usaha salah satunya Eleu Café. Permasalahan yang dihadapi Eleu Café merupakan masalah penurunan penjualan, dikarenakan adanya kebijakan pembatasan kapasitas pengunjung dan jam operasional untuk menanggulangi penyebaran virus corona, dengan diberlakukannya penutupan sementara dan pembatasan jumlah pengunjung dampak yang dihasilkan adalah menurunnya penjualan karena terbatasnya cara penjualan, yaitu lewat media Go-Food

ataupun *take home* karena adanya pembatasan jumlah dan jam berkunjung. Pada tahun 2022 penjualan mulai naik dan puncaknya tahun 2023 penjualannya naik cukup signifikan karena tidak lagi adanya covid yang membuat para konsumen sudah bebas beraktivitas.

Selain adanya covid di tahun sebelum-sebelumnya yang menyebabkan penjualan turun. Eleu Café memiliki banyak pesaing lainnya, seperti Kio Hall, Coffee J, Kopies Biliton, Kopi Dari Hati dan Café Sanjo, meskipun jenis menu dan harga yang ditawarkan hampir sama, akan tetapi dari segi kualitas produk, Eleu Café masih bisa bersaing dengan café-café tersebut dan untuk lokasinya cukup strategis karena Eleu Café berada dipinggir jalan raya, hanya saja untuk lahan parkirnya masih kurang, karena jika pengunjungnya ramai, kendaraan yang terparkir bisa sampai keluar lahan parkir yang telah disediakan.

Menyadari adanya fenomena persaingan membuat Eleu Café untuk terus berupaya dalam menghadapi persaingan yang ada dengan membangun kepercayaan dari para konsumennya melalui peningkatan kepuasan konsumen, seperti menjaga kualitas produk yang terjamin, dan lokasi yang nyaman, sehingga membuat kepuasan konsumen terhadap pembelian meningkat dan dapat menciptakan kesan produk menjadi baik dan melekat pada konsumen.

Kualitas produk dan lokasi merupakan faktor yang sangat penting dalam kepuasan konsumen. Kualitas produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasaran dalam memasarkan suatu produk (Kotler P & Armstrong, 2012). Menurut (Kotler P & Armstrong, 2008), lokasi merupakan kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Assauri, 2012), menyatakan kepuasan pelanggan merupakan

suatu indikator ke depan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan.

Berdasarkan berbagai uraian diatas, dapat diketahui bahwa kualitas produk dan lokasi merupakan masalah yang penting untuk diteliti. Untuk menjaga agar konsumen terus memilih atau membeli produk dan merasa nyaman dengan lokasi atau lingkungan yang mereka tempati. Pihak *café* harus memperhatikan kualitas produk dan lokasi agar para konsumen merasa betah dan nyaman. Maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen yang hasilnya dituangkan dalam judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Produk Di *Eleu Café* Palembang”.

1.2. Rumusan Masalah

Sehubungan dengan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *Eleu Café* Palembang?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *Eleu Café* Palembang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah menjelaskan beberapa permasalahan yang telah terjadi, maka tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di *Eleu Café* Palembang.
2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di *Eleu Café* Palembang.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dengan dilaksanakannya penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia ekonomi manajemen pemasaran

2. Manfaat Praktisi

Manfaat praktisi yang dimaksud adalah:

- a) Bagi Pemilik *Café*, dengan adanya penelitian ini dapat diharapkan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan strategis sekaligus koreksi kinerjanya.
- b) Bagi Peneliti selanjutnya, dapat menjadi referensi bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian..

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F. (2022). *Pengertian Cafe*. Ames Boston. <https://www.amesbostonhotel.com>
- Amalia, I. K., & Maskur, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal). *Jesya*, 6(1), 166–172. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.886>
- Ardian, D. (2019). *Sejarah Bisnis Kafe Dan Cara Mengelola*. <https://koran-jakarta.com>
- Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*. Rajagrafindo Persada.
- Atmanegara, S. Y., Dwi Cahyono, Nurul Qomariah, & Abadi Sanosra. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *JSMBI (Journal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 9(1), 79–89.
- Christian, C. (2021). Pengaruh Word Of Mouth (WOM), Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Untuk Membeli Produk Kata Oma. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 720–728.
- Dwi Putra Hendro & Budhi. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(6).
- Endro Prihastono. (2012). Pengukuran Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Customer Service Berbasis Web. *Dinamika Teknik*, 6, 14–24.
- Erniwati, & Adnin, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Di Toko D'Truuf Cimparuh Kota Pariaman. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1–23.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D.N. Dan D.C. Porter. 2010. *Dasar-Dasar Ekonometrika*, Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat
- Jiwandono, A., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Warung Bakso Tiara Kediri (Studi Pada Konsumen Bakso Tiara Kediri Di Tulungagung). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 105–124. www.fe.unisma.ac.id
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran (1st Ed.)*. Prenhalindo.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ke 12*. Erlangga.

- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo
- Margawati, C. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Produk Franchise Burgerstops. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, 2(2). <https://doi.org/10.51804/Iej.V2i2.763>
- Minarti, A., & Ginoga, V. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Undersiege Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(2), 107–114. <https://doi.org/10.57093/Metansi.V5i2.165>
- Murtya, N. D., & Jumhanadi. (2018). Pengaruh Harga Kompetitif, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Pasar Higienis Selindung Pangkalpinang. *Jurnal Manivestasi*, 3(1), 66–75. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/manivestasi/article/view/6405>
- Nugroho, I. A., & Dirgantara, I. M. B. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pt. Havindo Pakan Optima)*. 10, 1–12.
- Oktavianti, S. (2019). Analisis Tingkat Kualitas Produk Dan Tingkat Pelayanan Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Palembang Trade Centre. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 16(4), 203–211. <https://doi.org/10.29259/Jmbs.V16i4.7666>
- Pandi Putra. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Mie Sedaap. *Jurnal Kewirausahaan*, 8(2338–2716), 70–76.
- Puspita, L., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2020). Memilih Rsud Pasar Minggu. *Ikra-Ith*, 2(3), 64–73.
- Puspitasari, S., & Widayanto. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Pengguna Layanan Go-Ride. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 53–63.
- Putri, D., Burhanuddin, B., & Damayanti, R. (2019). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Ditinjau Dari Kualitas Produk Lokasi Dan Promosi Terhadap Busana Batik Di Pusat Grosir Solo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02). <https://doi.org/10.29040/Jie.V3i02.590>
- Rahman, A. (2019). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Yudha Swalayan Jakarta. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 4(2), 257–264. www.bsi.ac.id
- Riyono. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/Emba.V6i3.20411>
- Rofiq, A., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Powernoise Store Studi Kasus Pada Konsumen

- Powernoise Store Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(02).
- Silalahi, Uber. 2009. "Metode Penelitian Sosial". Bandung: PT.Refika Aditama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandydan Gregorius Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. Edisi 2. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Widarjono, A. (2005). *Ekonometrika : Teori Dan Aplikasi Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Ekonisia.
- Wiratna, S. (2014). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru.
- Yulianto, A. R. (2018). Tinjauan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi*, 20(2), 241–258.