

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI FLAMEBAR SEMINYAK BADUNG

**Kadek Arcana<sup>1</sup>, I Ketut Sutapa<sup>2</sup>, I Wayan Kartimin<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Fakultas Bisnis Dan Pariwisata Universitas Triatma  
Mulya, Bali, Indonesia

Email: <sup>1</sup>kadekarcana1@gmail.com, <sup>2</sup>ketut.sutapa@triatmamulya.ac.id,

<sup>3</sup>wayan.kartimin@triatmamulya.ac.id

### **Abstract**

*This study aims to determine the effect of service quality, price, location on customer satisfaction. The population in this study were Flame Bar Seminyak Badung customers with a sample of 100 respondents. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression. Based on the results of the study it can be seen that the quality of services has a positive and significant effect on customer satisfaction, price has a significant positive effect on customer satisfaction, location has a positive effect significantly to customer satisfaction, service quality, price, location has a positive and significant effect on customer satisfaction, the magnitude of the influence of service quality, price, location on customer satisfaction is 65.9% and the service quality variable has a more dominant influence on customer satisfaction. Suggestions that can be given by researchers are Flame Bar Seminyak Badung is expected to provide training to employees, make competitive price policies, make signboards or directions that can be seen clearly from a far.*

**Keywords:** *service quality, price, location, customer satisfaction*

### **PENDAHULUAN**

Pariwisata adalah segala kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan untuk tujuan hiburan dan pariwisata. Menurut Prayogo (2018) Pariwisata secara sederhana dapat didefinisikan sebagai perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ketempat lain membuat rencana dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan mendapatkan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi. Selain itu, pariwisata juga merupakan salah satu sektor yang meningkatkan taraf perekonomian baik itu pendapatan pemerintah pusat maupun pemerintah daerah, sehingga tidak diragukan lagi apabila industri ini menjadi salah satu sektor yang kini mulai banyak diminati oleh para investor.

Dalam era globalisasi ini, persaingan tidak hanya terbatas secara regional dan nasional saja, namun sudah secara global, hal ini mengakibatkan semakin banyak variabel yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis. Perkembangan pariwisata menjadi daya tarik masyarakat secara global, Indonesia sebagai negara kepulauan yang memiliki kekayaan dan keindahan alam yang melimpah menjadi destinasi pariwisata yang dapat menarik wisatawan baik itu wisatawan domestik maupun mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia dan salah satu pulau yang terkenal memiliki potensi pariwisata tersebut adalah Pulau Bali.

Pulau Bali memiliki luas 5.654 km atau sekitar 0,26 dari luas total daratan di Indonesia. Namun dibalik wilayahnya yang kecil, Bali menyimpan berjuta keunikan di dalamnya mampu menjadi medan magnet yang begitu kuat untuk menarik wisatawan baik dalam maupun luar negeri untuk mengunjunginya. Kekayaan seperti budaya, alam, keramah-tamahan masyarakat, flora dan fauna serta lainnya yang dimiliki Bali sangatlah potensial guna menarik minat mengunjungi Bali. Berkembangnya pariwisata di Pulau Bali

selama ini telah memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian masyarakat Pulau Bali. Sektor pariwisata disamping mampu memberikan dampak positif seperti terbukanya lapangan kerja baru, juga mampu memberikan dampak positif kepada sektor-sektor lainnya.

Seiring dengan berkembangnya pariwisata di Bali, usaha terutama di bidang pariwisata sangat berkembang, salah satunya adalah bisnis di bidang minuman. Bar adalah tempat yang menjual minuman baik yang beralkohol maupun non-alkohol. Bar sendiri merupakan salah satu *outlet* dari *Food and Beverage Department* yang difasilitasi dengan baik untuk menyajikan berbagai macam minuman. Banyaknya usaha seperti Bar yang ada di Bali khususnya di daerah yang dekat dengan pusat kota, salah satunya Flame Bar Seminyak Badung.

Flame Bar merupakan sebuah Bar yang terletak di Jalan Batu Belig No. 557, Kerobokan Kelod, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali. Pada awalnya Flame Bar hanya memiliki desain yang sederhana dengan berbagai fasilitas yang kurang memadai, namun sejak dikelola oleh PT. Mimpi Surga Bali diubah menjadi sebuah Bar yang memiliki konsep *classic* dan *modern*, dengan adanya fasilitas pendukung tambahan seperti kolam renang dimana pelanggan juga bisa menikmati minuman dan berkumpul di kolam renang. Tidak hanya itu, Bar ini juga memiliki akses *outdoor* yang cukup luas dengan berbagai fasilitas pendukung lainnya yang memadai. Pihak manajemen berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan pelanggan, baik itu kualitas pelayanan, harga, maupun lokasi, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan, harga serta lokasi yang ada di Flame Bar Seminyak Badung, oleh karena itu berhasil tidaknya Flame Bar Seminyak Badung dalam berkomunikasi dengan para pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan yang terbaik, harga yang terjangkau dan lokasi yang mudah dijangkau pula.

Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha sebaiknya mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan sebaiknya mampu memahami kebutuhan dan kepuasan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan kepuasan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi agar dapat menciptakan kualitas pelayanan yang baik, harga suatu produk yang sesuai dan kondisi lokasi yang strategis sehingga bias memberikan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing.

Kualitas pelayanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari berpindahnya pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap pelanggan agar pelanggan merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan pelanggan akan terwujud.

Selain kualitas pelayanan, harga juga merupakan faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan gulung tikar karena mematok harga tidak cocok. Harga

yang ditetapkan sebaiknya sesuai dengan perekonomian pelanggan, agar pelanggan dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi pelanggan, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi pelanggan mengenai produk tersebut. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga pelanggan akan berpikir lagi untuk membeli produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli produk tersebut.

Perusahaan juga sebaiknya pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan. Memilih lokasi yang terletak di keramaian atau mudah dijangkau oleh calon pelanggan dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi pemilihan lokasi yang strategis, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan dari pelanggan tentu pelanggan akan semakin puas. Sebuah usaha sebaiknya mempunyai strategi- strategi dalam menjualkan minumannya, agar pelanggan dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika pelanggan merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Menurut Kotler (2009) menyatakan bahwa kepuasan konsumen muncul ketika membandingkan hasil yang didapatkan dengan penilaian sebelum menikmati produk tersebut.

Flame Bar Seminyak Badung mengalami kenaikan pengunjung yang dimana pada tahun 2020 Bali terkena dampak virus pandemi covid 19. Dengan adanya pengunjung yang lebih banyak datang ke Flame Bar Seminyak Badung, tidak menentukan sesuai harapan kepuasan pelanggan. Kesesuaian harapan dari kepuasan pelanggan tidak hanya dilihat dari meningkatnya jumlah pengunjung yang ada, namun tetapi juga dikarenakan oleh beberapa faktor permasalahan yang muncul. Ketika meningkatnya jumlah pengunjung di setiap tahunnya, kesesuaian harapan kepuasan pelanggan juga bisa tidak terpenuhi dikarenakan tidak sesuai harapan pelanggan antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya. Selain itu juga adanya beberapa permasalahan yang muncul seperti pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tidak bagus, kurangnya pengetahuan mengenai standar harga pada *recipe* minuman yang ada maupun yang tidak ada padamenu, dan faktor pendukung untuk pencarian lokasi yang kurang. Maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Flame Bar Seminyak Badung kepada kepuasan pelanggan, faktor harga yang tersedia terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung, serta bagaimana kelengkapan untuk faktor lokasi di Flame Bar Seminyak Badung. Berdasarkan rumusan masalah yang didukung dengan kajian pustaka yang telah dikemukakan dan hasil penelitian sebelumnya, maka dapat ditarik suatu hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- H2 : Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- H3 : Lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- H4 : Kualitas pelayanan, harga, dan lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Dalam penelitian, lokasi penelitian bertempat di Flame Bar Seminyak Badung.

Penelitian ini dilakukan sejak bulan Januari – Juni 2023. Peneliti melakukan observasi di tempat peneliti bekerja, kemudian dilanjutkan dalam pengumpulan data sampai dengan saat ini. Adapun populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Pengunjung Flame Bar Seminyak Badung Tahun 2020 – 2022, maka jumlah populasi dari tahun 2020 – 2022 di Flame Bar Seminyak Badung sebanyak 25.550 orang. Dari populasi yang ada Flame Bar Seminyak, peneliti memutuskan menggunakan rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini: Berdasarkan rumus slovin dengan populasi sebanyak 25.550 orang dan batas ketelitian 10% (0,1), maka jumlah sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah 100 orang wisatawan. Dalam penelitian ini data kualitatif yaitu berupa berupa informasi atau keterangan-keterangan yang berhubungan dengan penelitian yang sedang disusun diantaranya fasilitas, sejarah, dan struktur organisasi Flame Bar Seminyak, Badung. Dalam penelitian ini data kuantitatif yaitu data yang telah diolah dari jawaban kuesioner yang telah diberikan kepada pelanggan dan karyawan di Flame Bar Seminyak Badung. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target pasar sasaran perusahaan dan dianggap mewakili seluruh populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Flame Bar Seminyak Badung. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dalam perusahaan dimana tempat peneliti bekerja. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif yang bertujuan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan, menggambarkan data terkumpul sebagaimana adanya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis

**Tabel 1.**  
**Uji Validitas**

Variabel	Indikator	Korelasi	Keterangan
Kualitas pelayanan (X <sup>1</sup> )	X1.1	0,844	Valid
	X1.2	0,893	Valid
	X1.3	0,900	Valid
	X1.4	0,913	Valid
	X1.5	0,870	Valid
Harga (X <sup>2</sup> )	X2.1	0,941	Valid
	X2.2	0,936	Valid
	X2.3	0,811	Valid
	X2.4	0,941	Valid
Lokasi (X <sup>3</sup> )	X3.1	0,889	Valid
	X3.2	0,874	Valid
	X3.3	0,864	Valid
	X3.4	0,900	Valid
	X3.5	0,855	Valid
Kepuasan pelanggan (Y)	Y1	0,891	Valid
	Y2	0,844	Valid
	Y3	0,896	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

Pada tabel 1, menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki nilai koefisien

korelasi dengan skor total seluruh item pernyataan lebih besar dari 0,30. Hal ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan dalam instrument penelitian tersebut valid dan layak digunakan sebagai instrument penelitian.

**Tabel 2.**  
**Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Kualitas pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,928	Reliabel
2	Harga (X <sub>2</sub> )	0,926	Reliabel
3	Lokasi (X <sub>3</sub> )	0,919	Reliabel
4	Kepuasan pelanggan (Y)	0,839	Reliabel

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji realibilitas instrument pada Tabel 2, menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Jadi dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel telah memenuhi syarat reliabilitas atau keandalan sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

**Tabel 3.**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.31990725
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.029
	Negative	-.051
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 3 tersebut menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed) Residual* sebesar 0,200 dan nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti dapat dinyatakan bahwa variabel penelitian terdistribusi normal.

**Tabel 4.**  
**Hasil Uji Multikoleniaritas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1.859	.745		2.495	.014		
	Kualitas pelayanan	.200	.042	.373	4.797	.000	.570	1.755
	Harga	.185	.058	.301	3.202	.002	.390	2.564
	Lokasi	.162	.054	.263	3.007	.003	.450	2.223

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Data diolah (2023)

Melalui Tabel 4 diatas menunjukkan bahwa hasil analisis nilai *tolerance* sudah lebih besar dari 0,10 dengan nilai VIF sudah lebih kecil dari 10. Sehingga dapat dijelaskan bahwa tidak terjadi multikoleniaritas antara variabel independen dalam model regresi.

**Tabel 5.**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.161	.443		4.880	.000
	Kualitas pelayanan	-.044	.025	-.231	-1.785	.077
	Harga	.052	.034	.236	1.508	.135
	Lokasi	-.055	.032	-.252	-1.729	.087

a. Dependent Variable: Absolute\_Residual

Sumber: Data diolah (2023)

Dari Tabel 5 bahwa masing- masing model memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Berarti didalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 6.**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.859	.745		2.495	.014
	Kualitas pelayanan	.200	.042	.373	4.797	.000
	Harga	.185	.058	.301	3.202	.002
	Lokasi	.162	.054	.263	3.007	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui persamaan regresinya menjadi:

$$Y = 1,859 + 0,200X_1 + 0,185X_2 + 0,162X_3 + e$$

Persamaan regresi linear berganda dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Nilai konstanta (a) sebesar 1,859 artinya apabila kualitas pelayanan, harga dan lokasi sama dengan nol maka kepuasan pelanggan sebesar 1,859.

Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar 0,200. Artinya apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan 1 satuan maka kepuasan pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0,200. Nilai koefisien regresi untuk variabel harga yaitu sebesar 0,185. Artinya apabila harga mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0,185.

Nilai koefisien regresi untuk variabel lokasi yaitu sebesar 0,162. Artinya apabila lokasi mengalami peningkatan 1 satuan maka kepuasan pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0,162.

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji t**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.859	.745		2.495	.014
	Kualitas pelayanan	.200	.042	.373	4.797	.000
	Harga	.185	.058	.301	3.202	.002
	Lokasi	.162	.054	.263	3.007	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat dijelaskan bahwa bahwa nilai t-hitung sebesar 4,797 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,984 dan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, dengan demikian t-hitung berada di daerah penolakan Ho berarti Ho ditolak, maka H<sub>1</sub> diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis pertama diterima.

Berdasarkan analisis t-test dan tabel 7, terlihat bahwa nilai t-hitung sebesar 3,202 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,984 dan signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05, dengan demikian t-hitung berada di daerah penolakan Ho berarti Ho ditolak, maka H<sub>2</sub> diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis kedua diterima.

Berdasarkan analisis t – test dan tabel 7, terlihat bahwa nilai t-hitung sebesar 3,007 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,984 dan signifikansi 0,003 lebih kecil dari 0,05, dengan demikian t-hitung berada di daerah penolakan Ho berarti Ho ditolak, maka H<sub>3</sub> diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis pertama diterima.

**Tabel 8.**  
**Hasil Uji F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	349.087	3	116.362	64.768	.000 <sup>b</sup>
	Residual	172.473	96	1.797		
	Total	521.560	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan (Uji F) Tabel 7 nilai F-hitung sebesar 64,768 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,70 dan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, dengan demikian F-hitung berada di daerah penolakan  $H_0$  berarti  $H_0$  ditolak, maka  $H_4$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antar kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis keenam diterima.

**Tabel 9. Hasil Determinasi**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 <sup>a</sup>	.669	.659	1.340

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan, Harga  
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji determinasi nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,659, hal ini berarti 65,9 persen variasi kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi, sisanya sebesar  $(100\% - 65,9\%) = 34,1$  persen dipengaruhi oleh variabel – variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat hasil nilai *Standardized Coefficients Beta* untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,373, sedangkan untuk variabel harga ( $X_2$ ) diperoleh sebesar 0,301, lokasi ( $X_3$ ) sebesar 0,263. Hal ini menunjukkan variabel dengan nilai *Standardized Coefficients Beta* terbesar adalah kualitas pelayanan. Maka dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan lebih dominan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

### A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} (4,797) > t_{tabel} (1,984)$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini berarti secara parsial variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung diterima. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gian dkk. (2023), Faozan

(2020), Putrayasa (2022), Jamil & Faradian (2022). Penelitian Nifati & Purwidiani (2018) menunjukkan hasil sebaliknya yang menyatakan menentang hasil penelitian ini. Hal ini dikarenakan pelayanan yang diberikan tidak di rasakan secara langsung karena pelayanan makanan *all you can eat* atau pengunjung yang mengambil secara pribadi. Sedangkan di Flame Bar, pengunjung merasakan pelayanan yang diberikan secara langsung oleh staf. Sehingga penilaian pengunjung terhadap staf yang bertugas bernilai positif.

### **B. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung**

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif harga terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung ( $3,202$ ) > t-tabel ( $1,984$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Ini berarti bahwa secara parsial variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung diterima. Hal ini berarti semakin baik kebijakan harga maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gian dkk. (2023), Faozan (2020), Jamil & Faradian (2022).

### **C. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung**

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung ( $3,007$ ) > ttabel ( $1,984$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,003 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Ini berarti secara parsial variabel lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung diterima. Hal ini berarti semakin baik lokasi maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gian dkk. (2023), Jamil & Faradian (2022).

### **D. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Flame Bar Seminyak Badung**

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung ( $64,768$ ) > F tabel ( $2,70$ ) dengan nilai signifikansi F adalah  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima. Ini berarti bahwa secara simultan kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa simultan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan terujikebenarannya. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan, harga dan lokasi maka nantinya akan meningkatkan kepuasan pelanggan Flame Bar Seminyak Badung. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gian dkk. (2023), Jamil & Faradian (2022), dan Sofyan dkk. (2019).

#### **E. Besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kinerja Karyawan di Flame Bar Seminyak Badung**

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa 65,9 persen variasi kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi, sisanya sebesar  $(100\% - 65,9\%) = 34,1$  persen dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Sehingga dapat disimpulkan besarnya kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 65,9 persen.

#### **F. Pengaruh variabel bebas yang dominan terhadap Kepuasan pelanggan Flame Bar Seminyak Badung**

Berdasarkan nilai *Standardized Coefficients Beta* untuk variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,373, sedangkan untuk variabel harga (X2) diperoleh sebesar 0,301, lokasi (X3) sebesar 0,263. Hal ini menunjukkan variabel dengan nilai *Standardized Coefficients Beta* terbesar adalah kualitas pelayanan. Maka dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan lebih dominan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

#### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik Simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung. Hasil penelitian tersebut berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung. Hasil penelitian tersebut berarti bahwa semakin baik kebijakan harga maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung.
3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung. Hasil penelitian tersebut berarti bahwa semakin baik lokasi, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung.
4. Kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung. Hasil penelitian tersebut berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan, harga dan lokasi, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan di Flame Bar Seminyak Badung.
5. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 65,9 persen.
6. Variabel kualitas pelayanan lebih dominan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan nilai *Standardized Coefficients Beta* variabel kualitas pelayanan sebesar 0,373 lebih besar dari nilai variabel harga dan lokasi.

#### **Saran**

1. Pada variabel kualitas pelayanan pernyataan karyawan Flame Bar Seminyak Badung memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian minuman memiliki nilai rata – rata terendah, dari hasil penelitian tersebut maka Flame Bar Seminyak Badung diharapkan memberikan pelatihan kepada karyawan, agar nantinya karyawan memiliki kemampuan yang baik dalam memberikan pelayanan yang cepat dalam

- penyajian minuman.
2. Pada variabel harga pernyataan harga minuman di Flame Bar Seminyak Badung lebih terjangkau dengan bar lainnya memiliki nilai rata – rata terendah, dari hasil penelitian tersebut maka Flame Bar Seminyak Badung diharapkan bisa meninjau kembali standar *recipe* dalam pembuatan minuman.
  3. Pada variabel lokasi pernyataan Flame Bar Seminyak Badung memiliki akses jalan yang mudah diakses memiliki nilai rata – rata terendah, dari hasil penelitian tersebut maka Flame Bar Seminyak Badung diharapkan membuat papan nama atau penunjuk arah yang dapat terlihat jelas dari jauh, sehingga akan memberikan kemudahan bagi pelanggan saat berkunjung ke Flame Bar Seminyak Badung.
  4. Pada variabel kepuasan pelanggan pernyataan pelanggan merekomendasikan tempat ini karena tempatnya yang nyaman dan bagus memiliki nilai rata – rata terendah, dari hasil penelitian tersebut maka Flame Bar Seminyak Badung diharapkan selalu memberikan pelayanan secara maksimal, membuat kebijakan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan mampu bersaing, serta selalu membantu pelanggan apabila kesulitan mencari lokasi Flame Bar Seminyak Badung.
  5. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menguji faktor-faktor lainnya yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan selain kualitas pelayanan, harga dan lokasi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Faozan, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sea Breeze Bar And Restaurant Di Lovina (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Gian, E. I., Putra, I. B. A. K., Nurochman, R. M. R. M., Kesumah, P., Haryati, R., Novrina, P. D., & Arifin, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Ilos Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi*, 17(1).
- Jamil, A., & Faradian, A. (2022). Konstruksi Mengukur Kepuasan Pelanggan Hotel Dalam Kualitas Layanan, Harga Dan Lokasi. *Jurnal Penelitian & Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM)*, 3(4), 75-79.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Nifati, N. H., & Purwidiani, N. D. (2018). Hubungan Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Harga Dengan Tingkat Kepuasan Konsumen Di Restaurant Terakota Café Verwood Hotel and Serviced Residence Surabaya. *Jurnal Tata Boga*, 7(2), 1-8.
- Prayogo, R. R. (2018). *Perkembangan pariwisata dalam perspektif pemasaran*. PT Lontar Digital Asia: Bitread Publishing.
- Putrayasa, I. G. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan pramusaji dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di capil beach grill and bar: The effect of quality of service service and facilities for consumer satisfaction at capil beach grill and bar. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 1(10), 2850-2867.
- Sofyan, C., Sepang, J., & Loindong, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Wh't's Up Cafe Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).