

## Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen janji jiwa x samasta jimbaran

Kamil Ibrahim<sup>1)</sup>, Agus Muriawan Putra<sup>2)</sup>, Ni Made Ariani<sup>3)</sup>

Program Studi Diploma IV Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Denpasar, Jl. Dr. R. Goris No. 07, Denpasar, Kodepos: 80232, Telp/Fax: 0361223798

E-mail: [callmekamilibrahim@gmail.com](mailto:callmekamilibrahim@gmail.com)

### Abstrak

Janji Jiwa adalah *coffeeshop* yang memiliki kontribusi besar dalam mempopulerkan minuman kopi di Indonesia. Salah satu gerai tersebut yakni Janji Jiwa X Samasta yang merupakan bentuk eksklusif dari Janji Jiwa, yakni Janji Jiwa X. Hanya terdapat 3 gerai Janji Jiwa X di Indonesia, yaitu berada di Jakarta, Tangerang, dan Bali. Namun masih terdapat komplain dari konsumen tentang masalah kualitas pelayanan dan lokasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan dan parsial, serta variabel mana yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling* yaitu *accidental sampling* dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang berperan sebagai konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah data deskriptif kuantitatif menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, skala likert, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolenieritas, analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi. Pengumpulan data melalui observasi, studi kepustakaan, kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran (Y) sebesar 58.2% terhadap kepuasan konsumen di Janji Jiwa X Samasta, sedangkan sisanya 42.8% merupakan variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Adapun terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran (Y), sedangkan variabel yang paling dominan berpengaruh adalah lokasi (X2) dengan nilai 0,427.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Konsumen

### Abstract

Janji Jiwa is a coffeeshop that has made a big contribution in popularizing coffee drinks in Indonesia. One of these outlets is Janji Jiwa X Samasta, which is an exclusive form of Janji Jiwa, namely Janji Jiwa X. There are only 3 Janji Jiwa X outlets in Indonesia, which are in Jakarta, Tangerang and Bali. Apart from being exclusive, Janji Jiwa X Samasta is also supported by a location in Samasta Lifestyle Village, which is the center of tourism facilities. However, there are still complaints from consumers about service quality and location issues. This study aims to determine the effect of service quality and location simultaneously and partially, and which variables have the most influence on customer satisfaction of Janji Jiwa X Samasta Jimbaran. The sampling technique used accidental sampling method by distributing questionnaires to 100 respondents who acted as consumers of Janji Jiwa X Samasta Jimbaran. The data analysis technique in this research is descriptive quantitative data using a Likert scale, validity test, reliability test, normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, f test, t test, multiple linear regression analysis and determination coefficient test. Collecting data through observation, interviews, questionnaires, literature study and documentation. The results of this study in general, it can be said that there is a significant effect simultaneously between service quality (X1) and location (X2) on customer satisfaction of Janji Jiwa X Samasta Jimbaran (Y) of 58.2% on customer satisfaction at Janji Jiwa X Samasta, while the remaining 42.8% is another variable not examined by the researcher. There is a partially significant influence between service quality (X1) and location (X2) on customer satisfaction of Janji Jiwa X Samasta Jimbaran (Y), while the most dominant variable is location (X2) with a value of 0.427.

**Keywords:** Service Quality, Location, Consumer satisfaction.

## 1. PENDAHULUAN

Restoran membawa pengaruh yang baik bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat di Bali yang tersebar menjadi beberapa kabupaten dan kota, tersebarnya beberapa jenis restoran tidak lepas dari campur tangan para pelaku usaha kuliner yang memanfaatkan kepadatan penduduk serta gaya hidup masyarakat perkotaan yang dinilai konsumtif membuat usaha ini terus berkembang secara pesat dengan berbagai macam jenis dan keunikan dari masing-masing restoran itu sendiri. Salah satu jenis restoran di Jimbaran yang paling diminati yaitu *coffeeshop*. *Coffeeshop* berkembang cukup pesat di Jimbaran yang rata-rata berada di lokasi yang berdekatan dengan aktivitas wisatawan, kampus, dan kawasan perkantoran. Pada awalnya, *coffeeshop* merupakan hasil perkembangan dari warung kopi yang akrab dengan keseharian masyarakat umum dengan menjual kopi dan makanan tradisional. Janji Jiwa adalah sebuah *brand coffeeshop* yang memiliki kontribusi besar dalam mempopulerkan kopi. Kabupaten Badung terdiri dari 6 Kecamatan, yakni Kuta, Kuta Utara, Kuta Selatan, Mengwi, Petang, Abiasemal. Sektor pariwisata juga merupakan sektor yang paling diunggulkan dan berkontribusi terbesar terhadap PDRB Kabupaten Badung tiap tahunnya. Hal tersebut disebabkan oleh banyaknya Daya Tarik Wisata yang berada di Kabupaten Badung.

Salah satu kawasan di Kabupaten Badung yang terdapat banyak Daya Tarik Wisata yaitu Jimbaran yang terdapat di Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung. Jimbaran berada di bagian selatan pulau Bali, yaitu dua puluh menit dari Bandara Internasional Ngurah Rai. Jimbaran menawarkan pesona pantai yang indah seperti Jimbaran Bay, Pantai Kedonganan dan Pantai Tegalwangi. Terdapat juga GWK *Cultural Park* yang merupakan salah satu objek daya tarik wisata favorit wisatawan di Jimbaran. Selain itu, terdapat lokasi yang dapat dikunjungi wisatawan di Jimbaran yaitu Samasta Lifestyle Village Jimbaran. Samasta Lifestyle Village Jimbaran merupakan suatu kompleks sarana pariwisata yang dibangun oleh PT. Summarecon Agung, Tbk yang sudah cukup terkenal di Indonesia dalam bidang pembangunan properti seperti mall dan perumahan. PT. Summarecon Agung, Tbk membangun Samasta Lifestyle Village Jimbaran dengan konsep kompleks sarana pariwisata yang eksklusif. Samasta Lifestyle Village mempunyai beberapa *outlet* restoran. Salah satu jenis *restaurant* yang sedang tren yaitu *coffeeshop*.

Pada awalnya, *coffeeshop* di Nusantara merupakan hasil perkembangan dari warung kopi yang akrab dengan keseharian masyarakat umum dengan menjual kopi dan makanan tradisional. Desain warung kopi dibuat secara tradisional dengan bangku panjang, meja besar yang di atasnya tersaji beberapa piring berisi makanan kecil. Selain itu, warung kopi digunakan sebagai tempat berkumpulnya para lelaki yang akan berangkat ke sawah, sedang beristirahat dari kerja atau sekadar mengisi waktu luang sambil bersantai dan berbincang sambil minum kopi.

Seiring berkembangnya teknologi dan beragamnya keperluan manusia, istilah kedai kopi atau warung kopi perlahan-lahan menjadi lebih familiar dengan *coffeeshop*. Sebuah tempat dan ruang baru yang tidak hanya menyediakan kopi sebagai minuman utama dengan tambahan makanan kecil, tetapi juga tempat yang menjual gengsi. Ketika seseorang menilai bahwa menikmati serta mendapatkan kopi yang benar adalah di *coffeeshop*, seseorang yang lain juga merasa bahwa dengan mengonsumsi kopi di *coffeeshop* dapat mencapai kepuasan ataupun *prestige*. Aktivitas menyesuaikan dan mengonsumsi suatu minuman beserta tempatnya yang terus- menerus berlangsung dapat disebut sebagai gaya hidup.

*Coffeeshop* berkembang cukup pesat di Jimbaran dikarenakan rata-rata berada di lokasi yang berdekatan dengan aktivitas wisatawan, mahasiswa, pekerja, guna memenuhi kebutuhan konsumen. Beberapa di antaranya menampilkan desain interior bernuansa klasik, menghadirkan suasana masa lalu. Penataannya sederhana, menggunakan bahan-bahan daur ulang dengan pilihan-pilihan warna tidak menyolok seperti krem, coklat tua, coklat muda, hitam, putih susu, hijau tua atau hijau pudar. Di tiap

dinding, ditempel atau digantung berbagai hiasan bernuansa *retro* atau yang bersifat *pastiche* (mengopi, mengimitasi, gaya- gaya masa lalu di masa yang lebih kontemporer).

Selain itu *coffeeshop* juga dilengkapi dengan fasilitas yang tersambung dengan jaringan internet *Wi-fi* yang memberi keleluasaan konsumen untuk nyaman berlama-lama terhubung dengan laptop atau komputer tablet mereka. Konsumen tidak hanya berkomunikasi dan terhubung secara langsung dengan sesama pengunjung, tetapi juga berkomunikasi dengan dunia virtual (maya) tanpa batas. Oleh karena itu, penikmat *coffeeshop* cenderung anak muda atau yang biasa dibilang generasi *milenial* dikarenakan tidak hanya untuk kebutuhan makan dan minum, melainkan sudah menjadi gaya hidup mereka (Safitri, 2019:137).

Kualitas pelayanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus (Yuliana, 2013:29). Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen. Namun sebaliknya jika kualitas pelayanan tidak baik, konsumen akan merasa tidak puas. Ketidakpuasan konsumen akan berujung terhadap komplain. Konsumen dapat menulis komplain pada *guest comment* tentang ketidakpuasan yang mereka dapatkan. komplain terbanyak terdapat pada pelayanan, yaitu berjumlah 184 yang kemudian diikuti oleh lokasi yang berjumlah 152. Alasan komplain pengunjung cukup beragam terhadap pelayanan dan lokasi tersebut. Terdapat komplain pada pelayanan seperti karyawan yang kurang ramah dan waktu penyajian menu yang terlalu lama. Sedangkan untuk lokasi, terdapat komplain seperti jauhnya akses parkir ke *outlet* Janji Jiwa X Samasta. Hal tersebut dikarenakan akses parkir utama Samasta Lifestyle Village terdapat pada *basement* hotel Movenpick yang berjarak 300 meter dengan Janji Jiwa X Samasta Jimbaran. Kemudian tidak adanya *sign* atau tanda khusus yang memberitahu lokasi tepatnya Janji Jiwa X Samasta sehingga membuat bingung calon konsumen yang akan berkunjung ke Janji Jiwa X Samasta karena terdapat banyak *outlet* di Samasta Lifestyle Village.

Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan lokasi menjadi tantangan bagi pengelola Janji Jiwa X Samasta Jimbaran untuk lebih diperhatikan agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen (Kotler dalam Wahyudi, 2018:7). Terpenuhinya kepuasan konsumen akan memicu loyalitas konsumen dan berdampak pada meningkatnya pendapatan Janji Jiwa X Samasta Jimbaran.

Berdasarkan beberapa hal di atas dapat disimpulkan bahwa masih ada masalah terutama pada kualitas pelayanan dan lokasi di Janji Jiwa X Samasta Jimbaran meskipun *outlet* tersebut merupakan *coffeeshop* yang cukup terkenal bahkan mendapatkan Rekor MURI pada tahun 2019. Hal tersebut yang menjadi latar belakang dalam penelitian ini. Oleh karena itu penelitian ini dirasa penting dan menarik, karena dengan adanya penelitian ini maka diharapkan dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas lokasi terhadap kepuasan konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran. Dasar atau acuan yang berupa teori atau temuan-temuan melalui hasil berbagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang sangat perlu dan dapat dijadikan sebagai data pendukung. Salah satu data pendukung yang dijadikan bagian tersendiri adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini. Dalam hal ini, fokus penelitian terdahulu yang dijadikan adalah terkait dengan masalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Janji Jiwa X Samasta Jimbaran.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Utami (2015:7) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan kepuasan pelanggan Restoran Baruna Sanur.

Penelitian tersebut menggunakan teknik deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dengan kualitas pelayanan (keandalan, jaminan, bukti fisik, empati, daya tanggap)

sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Data kuantitatif yang digunakan berupa kuesioner *online* dengan teknik pengambilan sampel berupa *purposive sampling* dan responden yang berjumlah 115 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen dengan (nilai p)  $0.003 < 0.05$ . Sebagian hasil uji menunjukkan bahwa indikator empati yang memiliki pengaruh paling besar dalam kepuasan konsumen dengan jumlah yang signifikan yaitu berjumlah  $0.021 < 0.05$ . Hasil analisis data pada Tabel 10. menunjukkan nilai Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,049. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa terdapat perbedaan kepuasan antara pelanggan laki-laki dengan pelanggan perempuan di Restoran Baruna Sanur.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Hariaji (2019:48) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Warung Kopi Srintil Di Temanggung)”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen serta untuk mengetahui indikator variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Warung Kopi Srintil Di Temanggung. Penelitian tersebut merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warung kopi Srintil di Temanggung yang berjumlah 1200 orang dalam satu bulan dengan rata-rata 40 orang dalam satu hari. Penelitian menggunakan analisis kuantitatif meliputi: uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ). Penelitian tersebut menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* dengan responden berjumlah 100 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penelitian ini menghubungkan Kepuasan Pelanggan (Y), variabel Kualitas Pelayanan (X1), variabel Lokasi (X2) dan variabel Fasilitas (X3). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yang diteliti secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Angka Adjusted R Square sebesar 0,591 menunjukkan bahwa 59,1 persen variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 40,9 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Adapun penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Firdiyansyah (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (*Self-esteem, Exceed-expectation, Recovery, Care, Vision, Improve*), harga (*Price level, Discount*) dan lokasi (keamanan, kenyamanan, akses) terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Sampel dalam penelitian ini 100 orang dari konsumen Warung Gubrak Kepri Mall Batam. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yang diteliti secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Angka Adjusted R Square sebesar 0,584 menunjukkan bahwa 58,4 persen variabel Kepuasan Pelanggan

dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 41,6 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Menurut Sugiyono (2014), hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan penelitian dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dalam hal ini yang dimaksud dengan hipotesis adalah dugaan sementara yang belum diketahui kebenarannya, sehingga dapat dianggap atau dipandang sebagai kesimpulan yang bersifat sementara, sedangkan penilaian atau penerimaan suatu hipotesis tersebut tergantung dari hasil penelitian terhadap faktor-faktor yang dikumpulkan untuk kemudian diambil suatu kesimpulan.

Sedangkan menurut Ali (2016:74): “kualitas pelayanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen, kualitas yang diberikan oleh perusahaan menjadi sarana penunjang untuk mencapai kepuasan, hal ini dikarenakan jika adanya pelayanan yang baik dari perusahaan maka konsumen akan merasakan adanya perlakuan lebih yang diberikan perusahaan terdapat pada konsumen”. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Utami (2015:1984) yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Tjiptono (2015:345): “lokasi mengacu pada tempat berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen”. Hal tersebut juga didukung oleh Hariaji (2019:48) yang menunjukkan hasil bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hal tersebut, kualitas pelayanan dan lokasi erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Hariaji (2019:48) dan Firdiyansyah (2017:1) yang menunjukkan hasil kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen

Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas pelayanan( $X_1$ ) dan lokasi( $X_2$ ). Sedangkan variabel terikat adalah kepuasan konsumen di Janji Jiwa X Samasta Jimbaran ( $Y$ ). Hal tersebut yang akan diajukan dan akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian sebagai berikut:

$H_1$  : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran.

$H_2$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran.

$H_3$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap kepuasan konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran.

## 2. METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut dilakukan. Adapun penelitian ini dilakukan di Janji Jiwa X Samasta Jimbaran yang berlokasi di Jalan Wanangiri, Jimbaran, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, 80361, Bali, Indonesia. Jarak lokasi penelitian dari Bandara I Gusti Ngurah Rai dapat ditempuh selama 20 menit atau 10 km dan 35 menit atau 18 km dari pusat Kota Denpasar. Pemilihan lokasi penelitian didasari karena objek penelitian yang merupakan bentuk eksklusif dari Janji Jiwa berada dalam kawasan wisata yang juga eksklusif yakni Samasta Lifestyle Village yang banyak dikunjungi oleh konsumen, baik wisatawan maupun masyarakat lokal.

Penelitian menggunakan variabel bebas dan variabel terikat dimana variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi satu atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan ( $X_1$ ), disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu nilai yang berorientasi terhadap persepsi konsumen. Pelayanan yang berkualitas akan

meningkatkan kepuasan dan meminimalkan kegagalan layanan sehingga dapat menarik dan mempertahankan konsumen. Adapun menurut beberapa ahli yang terdapat dalam tinjauan konsep, diambil indikator dari Gonroos dalam Albarq (2013:701) yang mampu mewakili pendapat ahli yang lain dan akan menjadi batasan penelitian dalam variabel kualitas pelayanan sebagai berikut.

1. *Self-esteem*, dengan indikator menempatkan seseorang sesuai dengan keahliannya dan menetapkan tugas pelayanan yang tepat.
2. *Exceed-expectation*, dengan indikator pemahaman terhadap kebutuhan konsumen dan pelayanan sesuai harapan konsumen.
3. *Recovery*, dengan indikator mengatasi keluhan konsumen dan mengumpulkan informasi tentang keinginan konsumen.
4. *Care*, dengan indikator tidak membandingkan konsumen berdasarkan status maupun penampilan dan menerapkan standar pelayanan yang adil.
5. *Vision*, dengan indikator memanfaatkan teknologi semaksimal mungkin dan memberikan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.
6. *Improve*, dengan indikator penciptaan ruang lingkungan yang kondusif dan penciptaan standar aturan yang baik.

Adapun variabel bebas lainnya adalah lokasi ( $X_2$ ), disimpulkan bahwa lokasi merupakan tempat dimana suatu bangunan yang akan kita dirikan. Lokasi yang tepat dapat menentukan strategi bisnis yang akan dijalankan dan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Adapun menurut beberapa ahli yang terdapat dalam tinjauan konsep, disimpulkan indikator dari (Tjiptono, 2015:345) dan (Render, 2015:486) yang akan menjadi batasan penelitian dalam variabel lokasi sebagai berikut.

1. Akses, yaitu kemudahan untuk menjangkau lokasi usaha tersebut.
2. Visibilitas, yaitu kemudahan untuk dilihat dari jarak tertentu untuk calon konsumen.
3. Lalu lintas, yaitu dua yang harus diperhatikan yaitu banyaknya orang yang lalu lalang yang dapat memberikan peluang, dan kepadatan atau kemacetan yang dapat menjadi hambatan.
4. Lingkungan, yaitu merupakan lokasi sekitar tempat usaha. Faktor yang mempengaruhi lingkungan adalah kenyamanan dan keamanan dari lokasi sekitar.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y), disimpulkan bahwa konsumen adalah seorang individu maupun kelompok yang secara umum terlibat dalam pembelian atau penggunaan suatu jasa/produk. Sedangkan kepuasan konsumen merupakan terpenuhinya persepsi konsumen yang menimbulkan perasaan positif terhadap dengan produk atau jasa yang dikonsumsi. Adapun menurut beberapa ahli yang terdapat dalam tinjauan konsep, disimpulkan indikator dari (Sudaryono, 2016:41) dan (Sunyoto, 2013:35) yang akan menjadi batasan penelitian dalam variabel lokasi sebagai berikut.

1. *Berkurangnya sensitivitas konsumen terhadap kekurangan perusahaan*
2. *Overall customer satisfaction, yaitu cara mengukur kepuasan pelanggan yaitu langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan suatu perusahaan*
3. *Repurchase intention, yaitu dengan menanyakan pelanggan secara langsung apakah akan membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan lagi.*
4. *Willingness to recommend, yaitu kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti dalam kasus pembelian produk/jasa yang pembelian ulangnya relatif lama.*

Dalam penelitian ini data kualitatif berupa gambaran umum Janji Jiwa X Samasta Jimbaran Bali serta penjabaran hasil wawancara kepada pengelola atau *supervisor* Janji Jiwa X Samasta Jimbaran Bali. . Dalam penelitian ini data kuantitatif berupa data penjualan serta hasil perhitungan analisis regresi linier berganda untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Janji Jiwa

X Samasta Jimbaran. Dalam penelitian ini data primer bersumber dari penyebaran kuesioner kepada konsumen. Adapun kriteria atau pertimbangan dalam memilih sampel pada penelitian ini yaitu konsumen yang telah berumur 17 tahun dan sedang berkunjung atau pernah berkunjung ke Janji Jiwa X Samasta Jimbaran. Kuesioner dibentuk dalam bentuk *online* dan *offline* agar memudahkan mendapatkan data dalam penyebaran kuesioner dan wawancara terhadap supervisor Janji Jiwa X Samasta Jimbaran Bali dengan Bapak Julius. Dimana hasil data tersebut diolah dan dikumpulkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini data sekunder berupa data penjualan dari Janji Jiwa X Samasta Jimbaran Bali, studi kepustakaan melalui jurnal, dan dokumentasi.

Teknik penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling* yaitu dengan *quota sampling* yang merupakan teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan. Pengumpulan data dilakukan langsung pada unit sampling (Sugiyono, 2015:84). Penelitian ini juga menggunakan *accidental sampling* dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang berperan sebagai konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah data deskriptif kuantitatif menggunakan, uji validitas, uji reliabilitas, skala likert, uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolenieritas, analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi. Pengumpulan data melalui observasi, studi kepustakaan, kuesioner, wawancara dan dokumentasi.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Janji Jiwa adalah sebuah *brand coffeeshop* yang bergerak dibidang *food and beverage* yang memiliki ratusan gerai tersebar di 50 kota besar di Indonesia termasuk diantaranya gerai Janji Jiwa X yang ada di Jakarta, Tangerang, dan Bali. Atas capaian tersebut, Janji Jiwa meraih penghargaan Museum Rekor Dunia Indonesia (MURI) untuk rekor "Pertumbuhan Kedai Kopi Tercepat dalam Satu Tahun". Terdapat banyak *outlet coffeeshop* Janji Jiwa yang tersebar di Bali. Berikut *outlet coffeeshop* Janji Jiwa yang berada di Bali.

Tabel 1. Pertumbuhan *Outlet Coffeeshop* Janji Jiwa di Bali Tahun 2018-2020

TAHUN	NAMA OUTLET	JUMLAH PERTUMBUHAN OUTLET
2018	Janji Jiwa Pulau Ka we, Denpasar	2
	Janji Jiwa Padang Luwih, Dalung	
2019	Janji Jiwa & Toast Patimuta, Denpasar	7
	Janji Jiwa Nakula, Kuta	
	Janji Jiwa Tohpati, Denpasar	
	Janji Jiwa Klungkung	
	Janji Jiwa Tangkuban Perahu, Kerobokan	
	Janji Jiwa X Samasta, Jimbaran	
2020	Janji Jiwa & Toast Plaza Renon	2
	Janji Jiwa & Toast Bypass Ngurah Rai, Nusa Dua	
TOTAL		11

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa Janji Jiwa pertama kali mendirikan *outlet* di Bali pada Tahun 2018. Pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2019 dengan bertambahnya 7 *outlet* termasuk Janji Jiwa X Samasta Jimbaran. Pada saat ini Janji Jiwa memiliki total 11 *outlet* di Bali.

Konsep bisnis dari Janji Jiwa adalah waralaba atau *franchise*. Visi dan misi yang dimiliki dari Janji Jiwa adalah mengenalkan biji kopi Indonesia sebagai negara produsen kopi terbesar kelima di dunia serta menyejahterakan petani kopi Indonesia. Selain itu Janji Jiwa juga berkomitmen menyediakan tempat berkumpul untuk para pecinta kopi dengan harapan ingin memberikan nilai tambah untuk para pelanggannya.

Janji Jiwa X Samasta Jimbaran merupakan bentuk eksklusif dari Janji Jiwa yang mulai berdiri pada 19 Desember 2019 hingga sekarang. Janji Jiwa X Samasta Jimbaran Bali dirintis oleh pengusaha muda bernama Billy Kurniawan yang merupakan CEO dan Founder dari Janji Jiwa dibawah naungan PT. Luna Boga Narayan. Janji Jiwa X Samasta Jimbaran terletak di Jalan Wanangiri, Jimbaran, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, 80361, Bali, Indonesia tepat berada di kawasan Samasta *Lifestyle Village*.

Karakteristik responden pada penelitian ini diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, usia, daerah asal dan pekerjaan. Hal tersebut digunakan untuk memperjelas karakteristik responden yang menjadi konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran Untuk hasil secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Karakteristik Responden

NO	KATEGORI	JUMLAH	PRESENTASE (%)
1.	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	42	42
	Perempuan	58	58
2.	Daerah Asal		
	Bali	23	23
	Jawa Timur	19	19
	Jawa Tengah	6	6
	Jawa Barat	11	11
	DKI Jakarta	27	27
	Sumatera Barat	6	6
	Sumatera Utara	4	4
	Sulawesi Tengah	2	2
	NTT	2	2
3.	Usia		
	17-26 th	64	64
	27-36 th	26	24
	37-46 th	8	8
	47-56 th	1	1
	>57 th	1	1
4.	Pekerjaan		
	Pelajar/Mahasiswa	56	56
	Dosen/Guru	1	1
	PNS	6	6
	Pegawai Swasta	23	23
	Wiraswasta	4	4
	TNI/Polri	2	2

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan data karakteristik responden di atas dapat diketahui bahwa pada kategori jenis kelamin di dominasi oleh wanita. Hal ini terjadi karena biasanya kaum wanita lebih hobi dalam hal kuliner serta ketertarikan melihat hal-hal baru yang sedang ramai di sosial media pada Janji Jiwa X Samasta Jimbaran, serta ketertarikan terhadap lokasi Samasta Lifestyle Village untuk digunakan sebagai latar berswafoto atau *selfie* bersama teman-temannya. Hal tersebut juga didukung oleh pendapat Nugroho dalam Kartawijaya (2012) bahwa wanita lebih mendominasi dalam hal berbelanja daripada pria.

Pada kategori usia diketahui bahwa rentang usia 17–26 tahun lebih mendominasi, hal ini terjadi karena aktivitas anak muda untuk *nongkrong* atau berkumpul dengan teman-teman di suatu tempat sudah menjadi gaya hidup, serta usia remaja juga tertarik mengunjungi tempat yang sedang ramai di lingkungan sosialnya maupun sosial media. Hal tersebut juga didukung oleh pendapat (Safitri, 2019:137) bahwa penikmat *coffeeshop* cenderung anak muda atau yang biasa dibilang generasi *milenial*.

Berdasarkan kategori daerah asal mendapatkan hasil tertinggi di dominasi oleh DKI Jakarta yang sudah familiar dengan *coffeeshop* Janji Jiwa X. Responden yang berasal dari DKI Jakarta tidak hanya merupakan wisatawan domestik, namun juga mereka yang menetap di Bali dengan alasan pekerjaan maupun kuliah. Bapak Julius sebagai supervisor mengatakan:

“Segmen pasar Janji Jiwa X Samasta Jimbaran cukup luas, tidak hanya dari Bali, melainkan nasional seperti DKI Jakarta yang sudah familiar dengan *coffeeshop* Janji Jiwa X yang sudah terlebih dahulu buka di Jakarta. Sedangkan Janji Jiwa X Samasta Jimbaran baru dibuka 2019.” (Wawancara pada tanggal 13 Agustus 2020)

Kategori pekerjaan mendapatkan hasil paling tinggi di dominasi oleh pelajar/mahasiswa, karakteristik responden ini membuktikan bahwa konsumen Janji Jiwa X Samasta lebih di dominasi oleh pelajar/mahasiswa yang lebih *up-to-date* dalam mencari tahu mengenai informasi suatu produk maupun lokasi *coffeeshop* melalui mulut ke mulut maupun sosial media. Bapak Julius sebagai supervisor juga menambahkan:

“Konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran lebih cenderung pelajar atau mahasiswa yang mempunyai lebih banyak waktu untuk berkumpul bersama teman, selain itu mahasiswa lebih *up-to-date* dalam mencari tahu mengenai informasi produk terbaru maupun promosi Janji Jiwa X Samasta di sosial media.” (Wawancara pada tanggal 13 Agustus 2020)

Berdasarkan perhitungan secara simultan, dapat diketahui  $F_{hitung}$  (67.564) lebih besar ( $>$ )  $F_{tabel}$  (3.09), maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, yakni terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran. Hal tersebut juga sesuai dengan Hariaji (2019:48) dan Firdiyansyah (2017:1) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dari hasil perhitungan koefisien determinasi diketahui bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0.582 yakni mendekati 1. Maka artinya Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) memberikan pengaruh yang kuat sebesar 58.2% terhadap Kepuasan Konsumen di Janji Jiwa X Samasta (Y), sedangkan sisanya 42.8% merupakan variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Sedangkan berdasarkan hasil pengujian secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X1) menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  nilainya sebesar 4.681 lebih besar ( $>$ ) dari  $t_{tabel}$  sebesar 1.986, maka berdasarkan nilai tersebut maka  $H_2$  diterima karena terdapat pengaruh yang secara parsial antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran (Y). Hal tersebut juga sesuai dengan Ali (2016:74) dan Utami (2015:1984) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Adapun hasil tersebut juga didukung dengan hasil tanggapan responden terhadap Kualitas Pelayanan (X1), secara umum mendapat tanggapan responden sebesar 3.98 dengan kategori setuju. Pada aspek Kualitas Pelayanan (X1) indikator *care* pernyataan “Pelayan menerima dan tidak memandang asal ataupun penampilan konsumen” memperoleh skor tertinggi dengan rata-rata 4.31 yang berarti sangat setuju. Hal tersebut terkait dengan karakteristik konsumen yang lebih dominan berasal dari DKI Jakarta yang tidak hanya merupakan wisatawan domestik, namun juga mereka yang menetap di Bali dengan alasan pekerjaan maupun kuliah. Bapak Julius sebagai supervisor mengatakan:

“Segmen pasar Janji jiwa X Samasta Jimbaran cukup luas, tidak hanya dari Bali, melainkan nasional seperti DKI Jakarta yang sudah familiar dengan *coffeeshop* Janji Jiwa X yang sudah terlebih dahulu buka di Jakarta. Sedangkan Janji Jiwa X Samasta Jimbaran baru dibuka 2019”.

Berdasarkan hasil dari penelitian data yang telah diperoleh dan diuji menggunakan software SPSS versi 25 didapatkan hasil bahwa terjadi pengaruh secara simultan maupun parsial antara Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Koneumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran (Y). Berdasarkan perhitungan secara simultan, dapat diketahui  $F_{hitung}$  (67.564) lebih besar ( $>$ )  $F_{tabel}$  (3.09), maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, yakni terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran. Hal tersebut juga sesuai dengan Hariaji (2019:48) dan Firdiyansyah (2017:1) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dari hasil perhitungan koefisien determinasi diketahui bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0.582 yakni mendekati 1. Maka artinya Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) memberikan pengaruh yang kuat sebesar 58.2% terhadap Kepuasan Konsumen di Janji Jiwa X Samasta (Y), sedangkan sisanya 42.8% merupakan variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Adapun hasil tersebut juga didukung dengan hasil tanggapan responden Kepuasan Konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran (Y) yang mendapat skor 4.08 dengan kategori setuju. Hal tersebut juga terkait dengan karakteristik responden yang lebih dominan wanita. Hal ini terjadi karena biasanya kaum wanita lebih hobi dalam hal kuliner serta ketertarikan melihat hal-hal baru yang sedang ramai di sosial media seperti Janji Jiwa X Samasta Jimbaran, serta ketertarikan terhadap lokasi Samasta Lifestyle Village untuk digunakan sebagai latar berswafoto atau *selfie* bersama teman-temannya. Hal tersebut juga didukung oleh pendapat Nugroho dalam Kartawijaya (2012) bahwa wanita lebih tertarik dan mendominasi dalam hal berbelanja daripada pria.

Sedangkan berdasarkan hasil pengujian secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X1) menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  nilainya sebesar 4.681 lebih besar ( $>$ ) dari  $t_{tabel}$  sebesar 1.986, maka berdasarkan nilai tersebut maka  $H_2$  diterima karena terdapat pengaruh yang secara parsial antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran (Y). Hal tersebut juga sesuai dengan Ali (2016:74) dan Utami (2015:1984) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Adapun hasil tersebut juga didukung dengan hasil tanggapan responden terhadap Kualitas Pelayanan (X1), secara umum mendapat tanggapan responden sebesar 3.98 dengan kategori setuju. Pada aspek Kualitas Pelayanan (X1) indikator *care* pernyataan “Pelayan menerima dan tidak memandang asal ataupun penampilan konsumen” memperoleh skor tertinggi dengan rata-rata 4.31 yang berarti sangat setuju. Hal tersebut terkait dengan karakteristik konsumen yang lebih dominan berasal dari DKI Jakarta yang tidak hanya merupakan wisatawan domestik, namun juga mereka yang menetap di Bali dengan alasan pekerjaan maupun kuliah. Bapak Julius sebagai supervisor mengatakan:

“Segmen pasar Janji jiwa X Samasta Jimbaran cukup luas, tidak hanya dari Bali, melainkan nasional seperti DKI Jakarta yang sudah familiar dengan *coffeeshop* Janji Jiwa X yang sudah terlebih dahulu buka di Jakarta. Sedangkan Janji Jiwa X Samasta Jimbaran baru dibuka 2019.” (Wawancara pada tanggal 13 Agustus 2020)

Adapun hasil pengujian secara parsial variabel Lokasi (X2) menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4.870 lebih besar ( $>$ )  $t_{tabel}$  sebesar 1.986, maka berdasarkan nilai tersebut maka  $H_3$  diterima karena terdapat pengaruh yang secara parsial antara Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran (Y). Hal tersebut juga sesuai Tjiptono (2015:345) dan Hariaji (2019:48) yang menunjukkan hasil bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Adapun hasil tersebut juga didukung dengan hasil tanggapan responden terhadap Lokasi (X2), tanggapan responden mendapat skor 4.09 dengan kategori setuju. Pada aspek Lokasi (X2) indikator Lalu lintas pernyataan “Kelancaran lalu lintas di jalan” memperoleh skor tertinggi dengan rata-rata 4.35 yang berarti sangat setuju. Hal tersebut terkait dengan karakteristik responden yang lebih dominan berumur 17 – 26 tahun dan berstatus sebagai pelajar/mahasiswa sehingga lebih *up-to-date* dalam mencari tahu mengenai informasi termasuk tentang lokasi *coffeeshop* melalui mulut ke mulut maupun sosial media. Hal tersebut juga didukung oleh pendapat (Safitri, 2019:137) bahwa penikmat *coffeeshop* cenderung anak muda atau yang biasa dibilang generasi *milenial*.

Selain itu juga didapatkan hasil variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda variabel yang paling berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Janji Jiwa X Samasta (Y) adalah variabel Lokasi (X2) sebesar 0.427. Hal tersebut juga selaras dengan nilai  $t_{hitung}$  Lokasi (X2) sebesar 4.870 yang lebih besar daripada  $t_{hitung}$  Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 4.681.

Adapun juga hasil tersebut didukung oleh hasil nilai tanggapan responden Lokasi (X2) dengan skor 4.09 yang lebih besar daripada Kualitas Pelayanan (X1) dengan skor 3.98. Hal tersebut juga terkait karakteristik responden yang lebih dominan wanita yang lebih tertarik lokasi Samasta Lifestyle Village untuk digunakan sebagai latar berswafoto atau *selfie* bersama teman-temannya dan juga dominan umur 17 – 26 tahun dengan status pelajar/mahasiswa yang lebih *up-to-date* dalam mencari tahu mengenai informasi termasuk tentang lokasi *coffeeshop* melalui mulut ke mulut maupun sosial media. Hal tersebut juga didukung oleh pendapat Nugroho dalam Kartawijaya (2012) bahwa wanita lebih tertarik dan mendominasi dalam hal berbelanja daripada pria dan juga oleh Safitri (2019:137). bahwa penikmat *coffeeshop* cenderung anak muda atau yang biasa dibilang generasi *milenial*.

#### 4. KESIMPULAN

Secara umum dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh simultan antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran (Y) dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 67.564. Adapun juga terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial Kualitas Pelayanan (X1) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4.681 dan Lokasi (X2) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4.870 terhadap Kepuasan Konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran (Y). Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda variabel yang paling berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Janji Jiwa X Samasta (Y) adalah variabel Lokasi (X2) sebesar 0.427. Apabila pada Lokasi (X2) terjadi peningkatan nilai, maka nilai Kepuasan Konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran (Y) juga akan mengalami peningkatan. Sedangkan, apabila terjadi penurunan nilai pada Lokasi (X2), maka nilai Kepuasan Konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran (Y) juga akan mengalami penurunan.

#### 4. Ucapan Terima kasih

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan artikel yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Janji Jiwa X Samasta Jimbaran” dengan lancar dan tepat pada waktunya.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

Alaan, Saidani. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia

- Dewi, Sari Lestari. 2013. *Perilaku Konsumen*. Palembang: Citrabooks Indonesia
- Firdiyansyah, Indra. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam*. *Jurnal Elektronik STIE Galileo*
- Hariaji, Utama. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Warung Kopi Srintil Di Temanggung)*. *Jurnal Ilmiah Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang*
- Kotler, Philip. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sinarta Riko Mirad. 2010. *Upaya Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Simuelue Pasca Tsunami*. Medan: Laporan Akhir Universitas Sumatera Utara
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandi. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Jakarta: Gramedia
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Utami, Ida Ayu. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*