

Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Warung Angkringan Mbak Fita Kecamatan Durenan, Kabupaten Trenggalek

Neky Hefrienda Agmalia^{1*}, Tutut Suryaningsih²

¹ Program Studi Pendidikan Ekonomi, Mahasiswa/Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia

² Program Studi Pendidikan Ekonomi, Dosen/Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia

Corresponding Author: nekyhefrienda@gmail.com^{1*}

Article History

Received : 20-06-2024

Revised : 15-07-2024

Accepted : 20-07-2024

Keywords: *Consumer Satisfaction; Location; Price*

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Angkringan Mbak Fita Kamulan Durenan Trenggalek. Terdapat sebuah kebaruan penelitian mengenai penelitian dari penelitian terdahulu yaitu penggunaan indikator dari beberapa ahli yang di gabung menjadi satu. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi dan angket kuisisioner, menggunakan metode penelitian korelasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai signifikansi dan nilai t hitung $> t$ tabel sebesar $10,443 > 1,978$ dan nilai parsial variabel lokasi (X2) memiliki nilai t hitung $> t$ tabel yaitu sebesar $2,225 > 1,978$ dan nilai signifikansi $0,026 < 0,05$. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai f hitung lebih besar f tabel yaitu $120,551 > 3,066$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

ABSTRACT

The research aims to determine the effect of price and location on consumer satisfaction of Angkringan Mbak Fita Kamulan Durenan Trenggalek. There is a novelty in research regarding research from previous research, namely the use of indicators from several experts combined into one. The data collection methods used were observation and questionnaires, using correlation research methods. The results of this research show that price (X1) has a positive and significant effect of $0.000 < 0.05$ with a significance value and calculated t value $> t$ table of $10.443 > 1.978$ and the partial value of the location variable (X2) has a calculated t value $> t$ table which is equal to $2.225 > 1.978$ and significance value $0.026 < 0.05$. The results of the F test show that the calculated f value is greater than the f table, namely $120.551 > 3.066$ and a significant value of $0.000 < 0.05$ so that H_0 is rejected and H_a is accepted. So, it can be stated that there is a significant influence between price and location on consumer satisfaction.

PENDAHULUAN

Perkembangan saat ini semakin pesat, termasuk di bidang perdagangan. Pembangunan ini mempunyai peranan yang sangat penting dalam menunjang perekonomian, sehingga dapat membawa perubahan yang berdampak positif bagi kehidupan masyarakat (Saputra, 2022). Salah satu usaha yang berkembang pesat yaitu di bidang kuliner contohnya adalah usaha warung angkringan. Dalam sebuah angkringan tidak hanya menjual satu macam makanan dan minuman saja tetapi berbagai jenis produk makanan yang dijual, meliputi: nasi bakar, gorengan, berbagai jenis sosis bakar, dan lain-lain. Minuman yang tersedia: es teh, susu, kopi dan lain-lain.

Pasar Kamulan merupakan salah satu wilayah Kecamatan Durenan yang juga terdapat beberapa usaha angkringan. Masing-masing angkringan yang berada di sekitar Pasar Kamulan memiliki ciri khas masing-masing. Berikut adalah beberapa hasil observasi angkringan di Pasar Kamulan: Angkringan Mbah Gani, Angkringan Omahku, Angkringan 187, dan Angkringan Mbak Fita. Berdasarkan wawancara dengan pihak pemilik Angkringan Mbak Fita pada tanggal 23 Januari 2024 menerangkan bahwa Angkringan Mbak Fita mulai buka pukul 16.00 sampai pukul 22.00 WIB. Lokasi usaha berada di pinggir jalan raya pasar Kamulan Kecamatan Durenan. Pemilik usaha Angkringan Mbak Fita menjelaskan bahwa pengunjung pada bulan terakhir ini mengalami penurunan sekitar 50% sampai 70% dari biasanya, terutama dibulan Januari. Hal ini perlu dicermati oleh pemilik usaha dengan menganalisis keluhan pelanggan seperti harga dan lokasi warung angkringan. Sadar akan peran pentingnya konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap keuntungan, para pengusaha mencoba mencari tahu apa yang dapat meningkatkan permintaan konsumen. Peneliti juga melakukan wawancara sederhana yang dilakukan dengan pengunjung A memperoleh informasi informasi bahwa harga di Warung Angkringan Mbak Fita termasuk masih standar harganya dibandingkan dengan warung lainnya. tetapi masih ada kurangnya dengan fasilitas seperti tempat cuci tangan dan tempat mengecas hp yang utama. Wawancara dengan konsumen yang ke dua pengunjung B memperoleh informasi bahwa harga di Warung Angkringan Mbak Fita lumayan mahal di banding dengan angkringan lainnya. Menurutnya lokasi angkringan mudah dijangkau tetapi parkir kendaraan umum kurang luas sehingga kurang nyaman. Wawancara ke tiga pengunjung C merupakan pengunjung angkringan lain peneliti memperoleh informasi bahwa ia sering kali mengunjungi karena angkringan dengan harga yang murah dan lokasi yang mudah dijangkau untuk pengunjung dan menegerjakan tugas seorang pelajar.

Harga dan lokasi saling berkaitan terhadap keputusan pembelian, dari permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan penelitian: (1) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Warung Angkringan Mbak Fita Desa Kamulan Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek, (2) Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Angkringan Warung Angkringan Mbak Fita Desa Kamulan Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek. (3) Untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Angkringan Mbak Fita Desa Kamulan Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek.

Kepuasan konsumen menurut (Wahyuningsih, 2023) adalah sejauh mana seseorang merasa bahwa kinerja produk atau jasa yang diterimanya sesuai dengan apa yang diharapkannya. (Meiliana C dan Yani M, 2021) menyatakan bahwa harga merupakan komponen psikologis yang mempengaruhi reaksi konsumen terhadap penetapan harga dalam berbagai cara. Menurut (Amalia Yunia Rahmawati, 2020), harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena konsumen menghargai harga yang bersedia mereka bayarkan dan kepuasan mereka setelah membeli. Selain harga, lokasi juga menjadi faktor kepuasan pelanggan. Menurut (Christiana, 2023), bentuk usaha tetap adalah suatu tempat di mana suatu perusahaan beroperasi atau melakukan kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa, dengan fokus utama pada aspek ekonomi.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan penelitian sebelumnya dari Siti Solikha yang berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Go-jek)" menunjukkan bahwa seluruh hipotesis di terima, diperoleh pengaruh positif dan signifikan antara harga dan kepuasan pelanggan dapat diterima. Kualitas pelayanan yang diterima memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan penelitian lain yang dilakukan oleh Stivani Yanti yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Ijen View Bondowoso" menunjukkan bahwa koefisien pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,42 pada nilai $p < 0,01$. Koefisien pengaruh variabel citra rasa perusahaan terhadap kepuasan konsumen adalah 0,08 dengan nilai $p > 0,20$. Koefisien pengaruh variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen adalah 0,26 pada nilai $p > 0,01$.

METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berdasarkan filosofi *positivisme* yang digunakan untuk mempelajari populasi ataupun sampel tertentu dan untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan (Saputra, 2022). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen siapa saja yang berkunjung di Warung Angkringan Mbak Fita di Desa Kamulan Kecamatan Durenan Trenggalek. Menurut (Ferdinand, 2006) bahwa sampel merupakan suatu populasi yang terdiri atas beberapa bagian populasi. Topik ini seringkali dibicarakan sebab kita tidak dapat mempelajari seluruh anggota populasi sehingga membentuk suatu perwakilan populasi yang representatif yang disebut sampel. Memerlukan minimal 5 kali lipat dari jumlah indikator yang ada. jumlah yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 130 sampel ($10 \times 13 = 130$). Pada penelitian ini menggunakan *non-probability* sampling dengan teknik pengambilan sampel *incidental sampling*. Menurut (Sugiyono, 2019) *incidental sampling* adalah teknik pengumpulan sampel yang di dasarkan kebetulan, yaitu siapa saja kebetulan atau kebetulan yang dijumpai dapat sebagai sampel. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan observasi dan angket yang valid dan reliabel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Instrument berupa Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Uji Prasyarat Asumsi Klasik meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Linieritas, dan Uji Heteroskedastisitas, Uji Hipotesis meliputi Uji t dan Uji F, Analisis Regresi Linier Berganda dan Koefisien Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian diperoleh bahwa konsumen Warung Angkringan yang jenis kelamin laki-laki berjumlah 41 dengan presentase 68,7%. Dan jumlah konsumen Warung Angkringan jenis kelamin perempuan berjumlah 89 dengan presentase 31,3%. pengunjung di Warung Angkringan MbK Fita yang berumur (20-22) yaitu 52 orang, umur (23-28) yaitu 60 orang, umur (29-40) yaitu 9 orang dan yang berumur (41-48) yaitu 9 orang.

Uji Asumsi Klasik

Beberapa asumsi harus dipenuhi dalam analisis regresi. Uji asumsi yang dilakukan adalah normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas diuji pada data penelitian. Oleh karena itu, untuk memenuhi syarat asumsi regresi, peneliti harus mencoba keempat (4) uji asumsi. Hasil tes tersebut adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah suatu data berdistribusi normal. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* dengan SPSS versi 24 dan hasilnya sebagai berikut:

H_0 = Data yang berdistribusi normal.

H_a = Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal

Kriteria Pengujian:

- 1) H_0 ditolak jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) < 0,05
- 2) H_0 diterima jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.99299871
Most Extreme Differences	Absolute	.041
	Positive	.034
	Negative	-.041
Test Statistic		.041
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

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: Data diolah Peneliti 2024

Dalam penelitian ini, nilai *Kolmogorof- Semirnov* sebesar 0,041, dan nilai *Asym.Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih dari 0,05. Berdasarkan tabel 4.13 dapat dinyatakan data peneliti diperoleh dalam penelitian ini berdistribusi normal dan lolos uji normalitas dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*.

b. Uji Linier

Untuk memastikan apakah persyaratan model sudah akurat digunakan uji linieritas (Ghozali, 2021). Peneliti menggunakan uji linearitas ini untuk menentukan apakah data peneliti sesuai dengan garis lurus dan apakah model empiris harus berbentuk kubik, kuadrat, atau linier.

Oleh karena itu, kenaikan atau penurunan besaran suatu variabel secara linier akan diikuti dengan kenaikan atau penurunan besaran variabel lain secara linier (linier = garis lurus). Ketentuan interpretasi variabel X_1 terhadap Y dan variabel X_2 terhadap Y yang digunakan peneliti merupakan hasil perhitungan kolom *linierity ANOVA table*. Jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa syarat untuk lulus uji linearitas terpenuhi. Tabel 2 menampilkan hasil uji linearitas:

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas Harga (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN KONSUMEN * LOKASI	Between Groups	(Combined)	2123.194	24	88.466	8.465	.000
		Linearity	1155.325	1	1155.325	110.553	.000
		Deviation from Linearity	967.869	23	42.081	4.027	.000
	Within Groups		1097.298	105	10.450		
Total			3220.492	129			

Sumber Data: Data diolah Peneliti 2024

Berdasarkan tabel 2 diatas hasil uji linieritas variabel harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai sig. *linearity* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai sig. *deviation from linearity* lebih dari 0,05 yaitu 0,045. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data penelitian memenuhi syarat linearitas dan lolos uji serta dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh antar variabel yang ada.

Tabel 3 Hasil Uji Linearitas Lokasi (X₂) terhadap Kepuasan Konsumen(Y)

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN KONSUMEN * HARGA	Between Groups	(Combined)	2372.379	24	98.849	12.238	.000
		Linearity	2064.905	1	2064.905	255.644	.000
		Deviation from Linearity	307.474	23	13.368	1.655	.045
	Within Groups		848.113	105	8.077		
	Total		3220.492	129			

Sumber data: data diolah peneliti 2024

Berdasarkan tabel 3 diatas hasil uji linieritas variabel lokasi (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai sig. *linearity* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai sig. *deviation from linearity* lebih dari 0,05 yaitu 0,00. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data penelitian memenuhi syarat linearitas dan lolos uji serta dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh antar variabel yang ada.

c. Uji Multikolinieritas

Tabel 4 Uji Multikolinieitas

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics			
B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
10.872	3.375		3.221	.002		
.690	.066	.704	10.443	.000	.597	1.674
.142	.063	.152	2.255	.026	.597	1.674

Sumber data: data diolah peneliti 2024

Berdasarkan tabel 4 diatas menunjukkan bahwa nilai VIF Harga (X₁) sebesar 1,674 dan Lokasi (X₂) sebesar 1,674. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian ini tidak

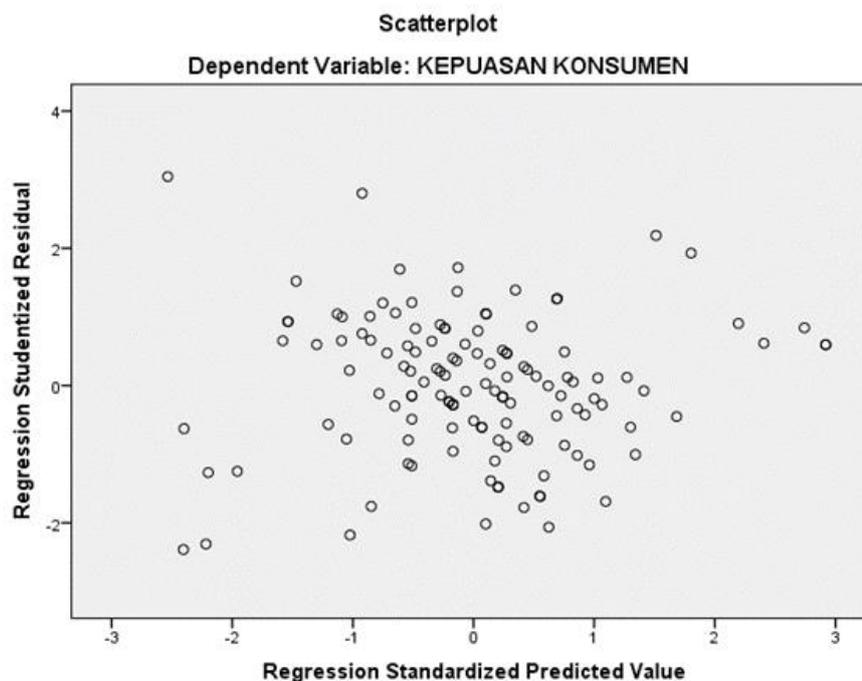
mempunyai masalah multikolinieritas dikarenakan nilai VIF pada kedua variabel tersebut kurang dari 10.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dirancang untuk mengidentifikasi perbedaan varians residual antara dua pengamat. Model regresi yang baik mengasumsikan tidak adanya permasalahan heteroskedastisitas. Mendeteksi heteroskedastisitas dengan melihat pola gambar Scattplot dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Terdapat sebaran titik data di atas dan di bawah 0
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul tepat diatas atau dibawah saja
- 3) Sebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang
- 4) Sebaran titik-titik data tidak berpola

Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:



Gambar Uji Heteroskedastisitas

Sumber data: data diolah peneliti 2024

Berdasarkan gambar diatas menggambarkan bahwa tidak ada pola jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Yhal ini berarti tidak terjadi heterodaskesitas pada model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh harga (X1), lokasi (X2) dan keputusan pembelian (Y). Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 24 for Windows.

Tabel 5 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	10.872	3.375		3.221	.002		
HARGA	.690	.066	.704	10.443	.000	.597	1.674
LOKASI	.142	.063	.152	2.255	.026	.597	1.674

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber data: data diolah peneliti 2024

Dari hasil regresi tersebut diperoleh persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ dan berdasarkan regresi yaitu $Y = 10,872 + 0,690X_1 + 0,142X_2$ yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. (a) merupakan konstanta yang besarnya 10,872 menyatakan jika variabel bebas (harga dan lokasi) sebesar 0 (nol), maka nilai variabel terikat harga sebesar 10,872.
2. (b1) merupakan koefisien regresi dari X_1 , koefisien regresi sebesar 0,690 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X_1 dengan asumsi variabel X_2 yang lain tetap maka hal ini berpengaruh terhadap peningkatan besaran Y sebesar 0,690.
3. (b2) merupakan koefisien regresi dari X_2 koefisien regresi sebesar 0,142 meyakini bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X_2 dengan asumsi variabel X_1 yang lain tetap maka hal ini berpengaruh terhadap peningkatan besaran Y sebesar 0,142.

Selain itu uji regresi linier berganda juga dapat mengetahui sejauh mana pengaruh variabel harga (X_1) dan variabel lokasi (X_2) terhadap kepuasan konsumen Warung Angkringan Mbak Fita Desa Kamulan Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek.

Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah harga dan lokasi berpengaruh secara simultan atau parsial terhadap keputusan pembelian di Warung Angkringan Mbak Fita Desa Kamulan Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek Pengujian diawali dengan Uji t dan Uji F:

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menghitung pengaruh secara parsial harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen, dalam penelitian ini menggunakan perbandingan antara thitung dengan ttabel dengan taraf signifikan 0,05 dan nilai N sebesar 130 konsumen diperoleh

t_{tabel} 1,978. Hasil uji t dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 24 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6 Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.872	3.375		3.221	.002
	HARGA	.690	.066	.704	10.443	.000
	LOKASI	.142	.063	.152	2.255	.026

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber data: data diolah peneliti 2024

Berdasarkan hasil uji t diatas dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0^1 ditolak dan H_a^1 diterima.

- 1) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Warung Angkringan Mbak Fita Desa Kamulan Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek.

H_0^1 : tidak terdapat pengaruh harga (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial.

H_a^1 : terdapat pengaruh harga (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial.

Diketahui bahwa variabel harga (X_1) $t_{hitung} > t_{tabel}$ 10,443 > 1,978 maka dapat disimpulkan H_0^1 ditolak H_a^1 diterima.

- 2) Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Warung Angkringan Mbak Fita Desa Kamulan Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek.

H_0^2 : tidak terdapat pengaruh lokasi (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

H_a^2 : terdapat pengaruh lokasi (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Pada variabel lokasi (X_2) menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ 2,225 > 1,978 = $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan H_0^2 ditolak H_a^2 diterima.

b. Uji F

Tabel 6 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2109.378	2	1054.689	120.551	.000 ^b
	Residual	1111.115	127	8.749		
	Total	3220.492	129			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA

Sumber data: data diolah peneliti 2024

Tabel diatas menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu, $120,551 > 3,066$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independen (harga dan lokasi) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen).

H_0^3 : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X_1) dan lokasi (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

H_a^3 : terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X_1) dan lokasi (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	.655	.650	2.95786

a. Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber data: data diolah peneliti 2024

Pada tabel 4.19 hal ini diketahui koefisien korelasi pada kolom R sebesar 0,809 dan nilai determinasi pada kolom Adjusted R Square sebesar 0,650 atau sebesar 65%. Hal ini menunjukkan bahwa 65% perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel X_1

dan variabel X2. Sedangkan sisanya sebesar 35% (100% - 65%) dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel X1 dan variabel X2 yang dipengaruhi kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan dan analisis data yang menggunakan bantuan program SPSS versi 24, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut; 1) Terdapat variabel harga (X1) memiliki nilai thitung > ttabel yaitu sebesar $10,443 > 1,978$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis H_0 ditolak H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Warung Angkingan Mbak Fita di Desa Kamulan Kecamatan Durenan Trenggalek; 2) Terdapat variabel lokasi (X2) memiliki nilai thitung > ttabel yaitu sebesar $2,225 > 1,978$ dan nilai signifikansi $0,026 < 0,05$. Maka hipotesis H_0 ditolak H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Warung Angkingan Mbak Fita di Desa Kamulan Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek; 3) Terdapat pengaruh signifikan harga (X1) dan lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen Warung Angkingan Mbak Fita di Desa Kamulan Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek. Hal ini dibuktikan oleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $120,551 > 3,066$; 4) Dapat diketahui dari hasil uji linier berganda menggunakan SPSS For Windows Version 24 diperoleh persamaan $Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2$ dan berdasarkan nilai a, b1, b2, b3 dapat dimasukkan ke dalam persamaan garis regresi yaitu $Y = 10,872 + 0,690X_1 + 0,142X_2$ dimana a merupakan nilai konstanta yang besarnya 10,872 dan menyatakan bahwa jika variabel independent sebesar 0 (nol), maka variabel dependent sebesar 10,872; 5) Pada analisis data dengan SPSS versi 24 menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,650 atau sebesar 65 %. Hal ini menunjukkan bahwa 65% perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel X1 dan variabel X2. Sedangkan sisanya sebesar 35% (100% - 65%) dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel X1 dan variabel X2.

Saran

Setelah peneliti mengadakan penelitian terhadap konsumen Warung Angkingan Mbak Fita di Desa Kamulan Kecamatan Durenan Trenggalek, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut; 1) Sebaiknya Warung Angkingan Mbak Fita memperhatikan harga dengan harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan atau bisa memberikan promo yang menarik, karena konsumen sebelum membeli akan memperhatikan harga. Sehingga angkingan Mbak Fita bisa bersaing dengan Angkingan lainnya; 2) Dalam hal lokasi sebaiknya memperlus warung Angkingan, supaya konsumen lebih nyaman dan puas dalam menikmati suasana dan makanan di Warung Angkingan Mbak Fita. Untuk lokasi peneliti menyarankan sebaiknya banner lokasi ditambah agar terlihat jelas dari jarak pandang konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia Yunia Rahmawati. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek*

- Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswa Uin Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)*. July, 1–23.
- Christiana, A. (2023). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Angkringan Bangbul Di Sampit. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2), 94–103.
- Ferdinand. (2006). Pengaruh Variabel Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Merk “Teh Botol Sosro” (Studi pada Tempat Makan Bakso Kikil Siberut Indah Ponorogo). *NBER Working Papers*, 89. [http://eprints.umpo.ac.id/763/1/Cover dan Abstrack.pdf](http://eprints.umpo.ac.id/763/1/Cover%20dan%20Abstrack.pdf)
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (X)*. Universitas Diponegoro.
- Meiliana C & Yani M. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Batu Mandi Di Sampit. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 80–92.
- Saputra, A. (2022). Pengaruh Lokasi, Harga, Display Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Fatimah Mart Pekanbaru. *Repository.Uin-Suska.Ac.Id*, 1–105.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wahyuningsih. (2023). Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Angkringan Acil Jakarta Pusat. *Pengertian Kinerja Keuangan*, 2011, 8–32.