

## Pengaruh Promo Discount Produk, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Kinley Thai Bistro Sun Plaza Medan

Syafrida Walan Sari<sup>1</sup>, Tukimin Lubis<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah, Medan

Corresponding Author: ✉ [SyafriDasari04@gmail.com](mailto:SyafriDasari04@gmail.com)

### ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promo discount produk, lokasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Restoran Kinley Sun Plaza Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah 500 konsumen yang di ambil satu bulan terakhir pada bulan Januari yang khusus pelanggan Restoran Kinley Bistro Thai Sun Plaza Medan. Pengolahan sampel menggunakan Rumus Slovin yaitu dengan jumlah sampel 83. Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi, wawancara dan angket. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas. Analisis data dengan menggunakan teknik Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Promo Discount Produk, Lokasi dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel Promo Discount Produk, Lokasi dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

### Keywords

*Promo Discount Produk, Lokasi, Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen*

### PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam pemasaran modern. mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapan. Kepuasan konsumen dapat terpenuhi jika proses penyampaian jasa sesuai dengan apa yang dirasakan oleh para konsumen. Jika masih terjadinya keluhan negatif yang semakin banyak maka akan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen yang akhirnya akan berpindah ke tempat yang lain dan menceritakan pengalaman yang mengecewakan tersebut kepada orang lain sehingga akan merusak citra dan eksistensi dari suatu perusahaan (Utami, 2016). Discount merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Para konsumen akan tertarik jika terdapat banyak diskon disetiap pembelian. Karena para konsumen lebih suka dan lebih tertarik dengan adanya diskon. Bagaimana perusahaan dapat menarik konsumen untuk dapat berbelanja dengan beramai-ramai karena tersedianya discount (Tjiptono, 2018). Dalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah faktor bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah, dan faktor lainnya. Faktor yang tidak langsung namun erat hubungannya dalam penetapan harga adalah faktor produk sejenis yang dijual oleh pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan (discount) untuk para penyalur

dan konsumen. Karena pengaruh tersebut dalam penentuan kebijakan harga yang akan ditempuh, sehingga nantinya perusahaan mempengaruhi konsumen. Selain faktor diskon promo produk lokasi juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen(Sigit, 2020).

Lokasi merupakan faktor yang dapat mempengaruhi dari kepuasan konsumen. Karena lokasi merupakan sebuah titik dimana para konsumen dapat melakukan pembelian suatu barang atau jasa yang disediakan atau dijual oleh perusahaan. Lokasi usaha adalah tempat usaha beroperasi atau tempat usaha melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha adalah aset jangka panjang dan akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri(Rusdi, 2017).

Kualitas layanan juga merupakan faktor penentu dari kepuasan konsumen. Karena para konsumen akan merasa lebih nyaman serta tenang dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Pelayanan sendiri adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Kepuasan konsumen akan tercipta jika terjadi dimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan dapat memberikan pelayanan yang baik serta komitmen kepada para konsumen maka para konsumen akan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan(Kasmir, 2017).

## METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Desain penelitian adalah pedoman atau prosedur serta teknik dalam perencanaan penelitian yang berguna sebagai panduan untuk membangun strategi yang menghasilkan model Desain penelitian berfungsi untuk membantu pelaksanaan penelitian agar dapat berjalan dengan baik. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data *numerical* atau angka yang diperoleh dengan pengujian hipotesis sehingga diperoleh signifikansi hubungan variabel yang diteliti(Sugiyono, 2017).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden bertujuan untuk menguraikan atau memberikan gambaran mengenai identitas responden dalam sebuah penelitian. Data deskriptif menggambarkan keadaan atau kondisi responden perlu diperhatikan sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Oleh karena itu, deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir.

Tabel 1.  
Tabel Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	36	43%
2.	Perempuan	47	57%
Jumlah		83	100%

Berdasarkan Tabel diatas terlihat bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 36 orang dengan persentase 43% dan jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 47 orang dengan persentase 57%. Dari tabel diatas responden dengan jenis kelamin wanita lebih banyak dari pada jumlah responden pria yaitu sebanyak 47 orang dengan persentase 57%. Hal itu dikarenakan kebanyakan wanita lebih suka makan di restoran.

**Tabel 2.**  
**Tabel Karakteristik Responden Menurut Usia**

No.	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	< 30 tahun	50	60%
2.	> 30 tahun	33	40%

Berdasarkan Tabel diatas terlihat bahwa responden dengan usia dibawah 30 tahun sebanyak 50 orang dengan persentase 60% dan usia diatas 30 tahun sebanyak 33 orang dengan persentase 40%. Dari tabel diatas responden dengan usia dibawah 30 tahun lebih banyak dari pada jumlah responden dengan usia diatas 30 tahun yaitu sebanyak 50 orang dengan persentase 60%. Hal itu dikarenakan kebanyakan kalangan mudah yang lebih suka makan di restoran.

**Tabel 3.**  
**Tabel Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan**

No.	Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	SMA	59	71%
2.	D3/S1	24	29%
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan Tabel diatas terlihat bahwa responden dengan pendidikan SMA sebanyak 59 orang dengan persentase 71% dan pendidikan D3/S1 sebanyak 24 orang dengan persentase 29%. Dari tabel diatas responden dengan pendidikan SMA lebih banyak dari pada jumlah responden dengan pendidikan D3/S1 yaitu sebanyak 59 orang dengan persentase 71%. Hal itu dikarenakan kebanyakan anak muda yang makan di restoran.

### **Tanggapan Responden Terhadap Variabel**

Dalam pembahasan ini penulis akan menguraikan secara rinci data angket setelah disebarkan dan diisi oleh responden, untuk itu penulis akan mengolah dengan jalan mentabulasikan data dari aspek pernyataan. Berikut jawaban responden dari pernyataan Kuisioner Pengaruh Promo Discount Produk, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Kinley Thai Bistro Sun Plaza Medan.

### **Uji Reabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengukuran dapat memberikan hasil yang tidak berbeda jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama. Dengan kata lain uji reliabilitas merupakan kriteria tingkat kematapan atau konsisten suatu alat ukur (kuesioner). Pengujian dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha.

**Tabel 4.**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Nama Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Promo Discount Produk	0,886 > 0,60	Reliabel
2	Lokasi	0,824 > 0,60	Reliabel
3	Kualitas Layanan	0,808 > 0,60	Reliabel
4	Kepuasan Konsumen	0,811 > 0,60	Reliabel

Berdasarkan Tabel diatas pengujian reliabilitas pada masing-masing variabel diperoleh nilai *Cronbach Alpha* lebih dari kriteria suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai alpha lebih besar dari 0,60 yang mana menjelaskan bahwa semua variabel menunjukkan kuatnya reliabilitas. Dengan demikian maka seluruh uji instrument yang terdiri dari validitas dan reliabilitas memenuhi persyaratan untuk dipakai dalam pengambilan keputusan penelitian.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05. Sebaliknya jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* < 0,05, maka data tidak berdistribusi tidak normal.

**Tabel 5.**  
**Hasil Uji Normalitas Data**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

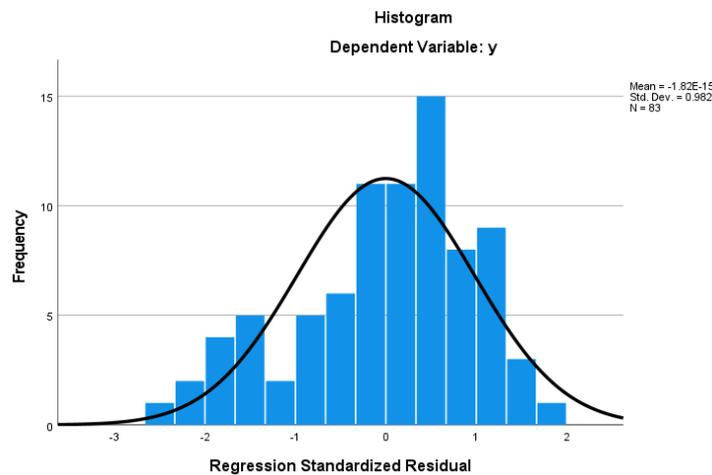
		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.94086291
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.049
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan Tabel diatas Hasil Uji Normalitas data menggunakan *kolmogorov-smirnov test* menunjukkan berdistribusi normal. Telah dibuktikan dengan hasil uji K-S yang menunjukkan bahwa nilai dari *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0.200 atau 200%. Yang dimana nilai tersebut berdistribusi normal.

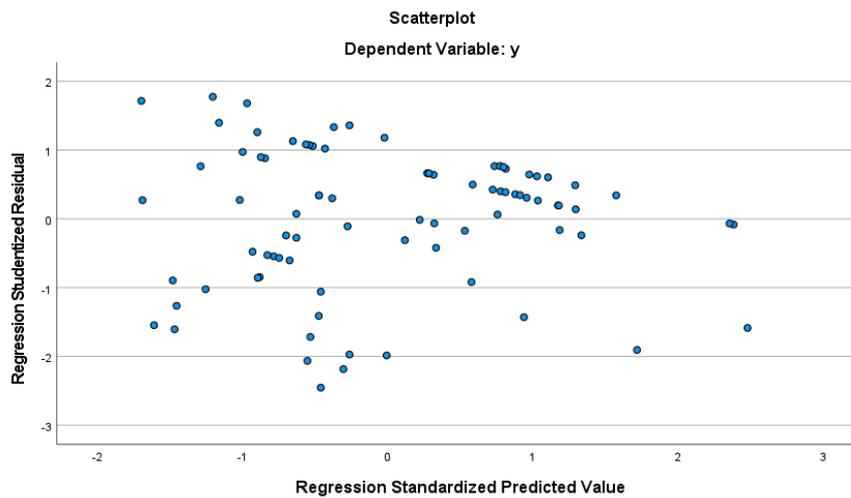


**Gambar 1.**  
**Grafik Histogram**

Berdasarkan Gambar diatas maka grafik histogram menunjukkan distribusi yang normal atau simetris, sehingga model grafik histogram dalam penelitian ini menunjukkan bahwa model regresi tersebut tidak menyalahi asumsi normalitas.

#### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tersebar secara acak. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tersebar secara acak, maka disebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



**Gambar 2.**  
**Grafik Scatterplot**

Berdasarkan Tabel diatas, jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar secara acak atau menyebar diatas dan dibawah sekitar angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara varibael independen. Jika variabel indenpen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF). Multikolonorietas terjadi jika nilai *tolerance* < 0.10 atau sama dengan VIF > 10. Hasil uji multikolonirietas dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut :

**Tabel 6.**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	73.595	6.118		12.029	<.001		
	x1	-.132	.065	-.219	-2.030	.046	.860	1.163
	x2	-.141	.069	-.211	-2.051	.044	.948	1.055
	x3	-.229	.103	-.245	-2.226	.029	.824	1.213

a. Dependent Variable: y

Dari table diatas hasil uji multikolinieritas di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai Tolerance masing-masing sebesar 1,000 > 0.1 dan nilai VIF sebesar 1,000 < 10. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas di dalam model regresi.

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear berganda yaitu model regresi untuk menganalisis lebih dari satu variabel independent. Hasil dari uji akan menunjukkan apakah ada pengaruh promo discount produk, lokasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Restoran Kinley Thai Bisto Sun Plaza Medan. Berikut adalah tabel hasil mode regresi linear berganda :

1. Berdasarkan persamaan regresi diketahui bahwa nilai koefisone regresi untuk variabel promo discount produk, lokasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Restoran Kinley Thai Bistro Sun Plaza Medan akan mengalami peningkatan sebesar 73,595.
  2. Nilai koefisyon X1 sebesar 0,132 artinya apabila terdapat peningkatan variabel promo discount produk sebesar 1% sementara variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen (Y) Restoran Kinley Thai Bistro Sun Plaza Medan akan mengalami peningkatan sebesar 13,2%.
  3. Nilai koefisyon X2 sebesar 0,141 artinya apabila terdapat peningkatan variabel promo discount produk sebesar 1% sementara variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen (Y) Restoran Kinley Thai Bistro Sun Plaza Medan akan mengalami peningkatan sebesar 14,1%.
- Nilai koefisyon X3 sebesar 0,229 artinya apabila terdapat peningkatan variabel promo discount produk sebesar 1% sementara variabel lainnya tetap, maka

kepuasan konsumen (Y) Restoran Kinley Thai Bistro Sun Plaza Medan akan mengalami peningkatan sebesar 22,9%.

## KESIMPULAN

Hasil uji regresi linear sederhana adalah  $Y = 73.595 + 0,132 + 0,141 + 0,229 + e$ , uji t sebesar 12.029 dimana nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu sebesar 1,664. Tabel diatas juga menunjukkan sig 0.00 dimana nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa promo discount produk, lokasi dan kualitas layanan (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Nilai R sebesar 0,459 berarti hubungan promo discount produk, lokasi dan kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 45%, artinya terdapat hubungan yang kuat terhadap antar variabel. Dan nilai R Square adalah 0,210 hal ini berarti 21% kepuasan konsumen (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel promo discount produk, lokasi dan kualitas layanan (X). Sedangkan sisanya 79% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2015). *Pengantar Metode Penelitian Sosial Bisnis Manajemen*. Rineka Cipta.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, A. (2018). *Manajemen Pemasaran (Edisi Mill)*. Prenhallindo.
- Rusdi. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Sigit, S. (2020). *Pengantar Metode Penelitian Sosial bisnis Manajemen (Cet.1)*. Likman Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Cet.20)*. Alfabeta.
- Sutrisna. (2016). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosa Karya.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Umar. (2016). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, C. W. (2016). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Salemba Empat.