



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,
HARGA DAN LOKASI PADA PENURUNAN OMZET TIAP BULAN**

(Studi Kasus pada Rumah Makan WA-Q di Kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh :

HERLINDA DWIJAYANTI

NPM 216.010.9.2027



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

MALANG

2021

RINGKASAN

Herlinda Dwijayanti, 2021, **Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi pada Penurunan Omzet Tiap Bulan (Studi Kasus pada Rumah Makan WA-Q di Kota Malang)** Dosen Pembimbing I :Dra,Sri Nuringwahyu, M.Si, Dosen Pembimbing II : Dra. Ratna Nikin Hardati, M.Si.

Pendekatan kualitatif digunakan dalam proses penggalian data dalam penelitian ini. Penelitian ini termasuk tipe penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik penggalian data berupa wawancara tidak terstruktur, pengamatan, dan dokumentasi yang diambil dalam bentuk audio maupun foto. Lokasi penelitian ini dilakukan di JL. Soekarno-Hatta Kav II No 1, Mojolangu, Lowokwaru, Malang, Jawa Timur. Dalam penelitian proses pengumpulan data ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif. Sedangkan keabsahan data diperiksa dengan menggunakan teknik triangulasi sumber. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan lokasi pada penurunan omzet di Rumah Makan WA-Q.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang menjadi penyebab penurunan omzet di Rumah Makan WA-Q di karenakan kurangnya kepuasan dari konsumen yang meliputi : (1) Kualitas pelayanan yang terdiri dari : Suasana lingkungan yang kurang nyaman, pelayanan yang kurang ramah, dan pelayanan yang kurang prima. (2) Kualitas produk yang terdiri dari : tampilan produk yang kurang menarik, konsep produk yang kurang menarik, dan beberapa produk yang masih belum berkualitas seperti daging yang terlalu berlemak. (3) Lokasi, yang menyebabkan konsumen tidak puas karena kurangnya menjaga kebersihan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Omzet Penjualan.

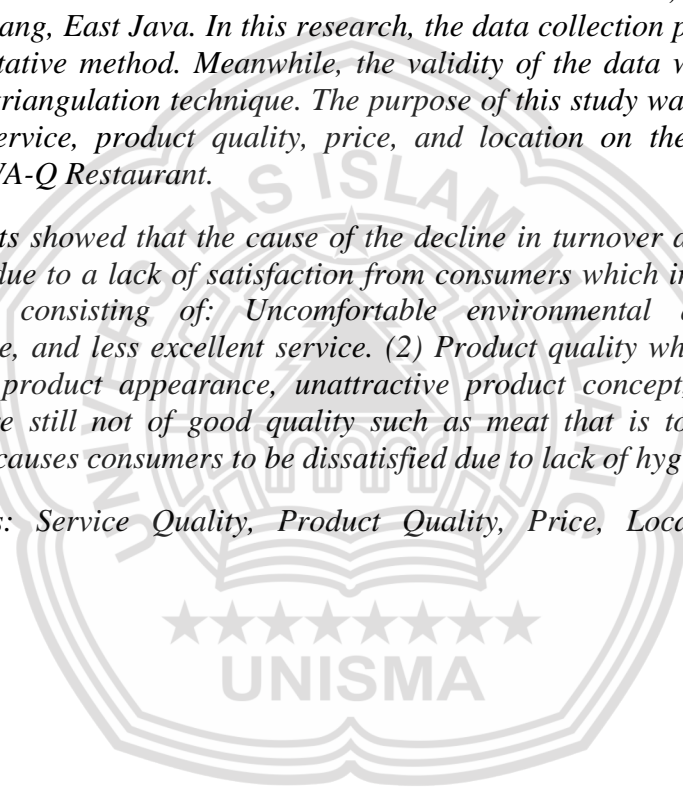
SUMMARY

Herlinda Dwijayanti, 2021, Analysis of Service Quality, Product Quality, Price and Location on Decreasing Monthly Turnover (Case Study at WA-Q Restaurant in Malang City) Supervisor I : Dra, Sri Nuringwahyu, M.Si, Supervisor II : Dra . Ratna Nikin Hardati, M.Si.

A qualitative approach was used in the process of extracting data in this study. This research is a descriptive research type. This study uses data mining techniques in the form of unstructured interviews, observations, and documentation taken in the form of audio and photos. The location of this research was conducted on Jalan JL. Soekarno-Hatta Kav II No. 1, Mojolangu, Lowokwaru, Malang, East Java. In this research, the data collection process used descriptive-qualitative method. Meanwhile, the validity of the data was checked by using source triangulation technique. The purpose of this study was to analyze the quality of service, product quality, price, and location on the decline in turnover at the WA-Q Restaurant.

The results showed that the cause of the decline in turnover at the WA-Q Restaurant was due to a lack of satisfaction from consumers which included: (1) Service quality consisting of: Uncomfortable environmental atmosphere, unfriendly service, and less excellent service. (2) Product quality which consists of: unattractive product appearance, unattractive product concept, and some products that are still not of good quality such as meat that is too fatty. (3) Location, which causes consumers to be dissatisfied due to lack of hygiene.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Price, Location, Sales Turnover



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era saat ini teknologi informasi di Indonesia berkembang sangat pesat menjadikan segala sesuatu yang ada di dunia ini menjadi sangat transparan. Menjadikan masyarakat lebih mudah mendapatkan berbagai macam informasi, seperti halnya informasi mengenai bisnis, kuliner, fashion, dsb.

Bisnis di Indonesia saat ini yang semakin meningkat adalah bisnis di bidang kuliner, bisnis kuliner di Indonesia ini sangat beragam dan berjenis, ada bisnis kuliner makanan asli khas Indonesia bahkan ada juga yang membuka bisnis kuliner makanan khas Negara asing dengan cara penyajian seperti Negara asalnya, bahkan masyarakat Indonesia sendiri banyak yang menggemari makanan asing.

Di Kota Malang ini banyak berdiri Rumah Makan yang makanan atau minuman utamanya adalah khas Negara asing. Banyaknya bisnis seperti ini menjadikan persaingan bisnis semakin ketat. Para wirausaha harus memikirkan bagaimana cara agar memenangkan persaingan dengan baik demi kelancaran bisnisnya. Faktor yang harus diperhatikan dalam berwirausaha yaitu mengenai Pelayanan, Produk, Harga dan Lokasi.

Pelayanan merupakan hal utama yang harus diperhatikan karena apabila pelayanan terhadap konsumen baik maka konsumen juga akan senang atau merasa puas, namun sebaliknya apabila pelayanan yang k

berikan buruk terhadap konsumen maka konsumen akan merasakan kecewa atau bahkan konsumen akan merasa dirugikan, maka dari itu pelayanan pada pelanggan menjadi nilai plus dalam berwirausaha.

Produk juga merupakan hal yang benar-benar harus di perhatikan, karena seorang konsumen bukan hanya melakukan penilaian terhadap pelayanan yang diberikan, namun produk juga menjadi sebuah penilaian, hal-hal yang harus diperhatikan dari produk yaitu kualitasnya dari segi kemasan, rasa, bahkan tanggal produksi maupun kadaluarsa juga harus diperhatikan. Kualitas produk yang baik menjadikan sebuah faktor kepuasan seorang konsumen.

Selain produk harga juga merupakan suatu penentu seorang konsumen untuk melakukan pembelian karena banyak konsumen yang tergiur apabila barang yang ditawarkan dengan harga yang relatif terjangkau atau murah, selain sebagai penentu pembelian harga juga sebagai bahan pertimbangan seorang konsumen untuk melakukan pembelian karena biasanya banyak produk yang ditawarkan dengan kualitas yang sama tetapi harga berbeda maka dari itu harga merupakan bahan pertimbangan untuk melakukan pembelian. Selain itu harga juga merupakan atribut suatu produk yang dapat memuaskan kebutuhan para pelanggan. Menurut Swastha dan Irwan (1985:241) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Lokasi juga mempunyai peran yang penting dalam proses menjalankan usaha. Lokasi yang strategis dapat membawa keuntungan bagi seorang wirausaha. Selain lokasi yang strategis, dengan lokasi atau tempat yang nyaman, aman tentunya dengan tempat yang didesain secara bagus dan indah para konsumen akan betah berada di tempat tersebut dan kemungkinan besar konsumen tersebut akan datang kembali.

WA-Q atau Warung Barbeque merupakan sebuah bisnis yang berjalan dibidang kuliner. WA-Q adalah salah satu restoran ala Korea yang menyediakan menu barbeque dengan cara penyajian seperti orang Korea. Menu-menu barbeque tersebut terdiri dari daging sapi, daging ayam, berbagai macam seafood olahan, sayuran, nasi dan berbagai macam minuman yang dijual dengan harga yang terjangkau. Berikut daftar harga makanan yang ada di WA-Q Kota Malang :

Tabel 1 Daftar Harga Makanan di Rumah Makan WA-Q Kota Malang

NO	MAKANAN	HARGA
1.	Beef	Rp. 12.500
2.	Ayam Ijo	Rp. 12.500
3.	Ayam Merah	Rp. 12.500
4.	Bakso Sapi	Rp. 12.500
5.	Sosis	Rp. 12.500
6.	Chikuwa	Rp. 12.500
7.	Fish Cake	Rp. 12.500
NO	MAKANAN	HARGA

8.	Bakso Salmon	Rp. 12.500
9.	Crab Stick	Rp. 12.500

Sumber : <HTTPS://pergikuliner.com>

Tempat yang nyaman , rasa yang enak dan harga yang terjangkau merupakan salah satu tujuan para konsumen. Selain itu kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan lokasi merupakan faktor pendukung sebuah usaha, dengan adanya pelayanan yang baik, produk yang baik, harga yang terjangkau, dan lokasi yang strategis menjadi sebuah penentu tingkat kepuasan konsumen dan akan menjadi pengaruh terhadap omzet penjualan.

Menurut Wells dan Prenskey dalam Sudaryono (2016:79) kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan sikap konsumen terhadap suatu produk atau jasa sebagai hasil dari evaluasi konsumen setelah menggunakan produk atau jasa. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan produk atau jasa menyenangkan hati.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat di simpulkan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan seorang konsumen tergantung dari produk atau pelayanan yang diberikan. Ketika seorang konsumen puas terhadap apa yang diberikan oleh seorang produsen kemungkinan besar konsumen tersebut akan kembali dan membawa pengaruh besar terhadap peningkatan omzet, tetapi sebaliknya apabila seorang konsumen merasa tidak puas maka akan membawa pengaruh buruk terhadap omzet penjualan atau bisa jadi omzet penjualan akan menurun.

Menurut Rizma Rizal, dkk (2017) omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh dan berdasarkan volume. Seseorang pengelola usaha di tuntut untuk selalu meningkatkan omzet penjualan dari hari ke hari, dari minggu ke minggu, dari bulan ke bulan, dan dari tahun ke tahun.

Berdasarkan keterangan dari Bapak Ferry selaku owner atau pemilik rumah makan WA-Q ini dalam kurun waktu selama 1 tahun di tahun 2019 bahwa omzet penjualan mengalami penurunan.

Tabel 2 Data Omzet Rumah Makan WA-Q Tahun 2019

BULAN	OMZET
JANUARI	Rp. 241.700.100
FEBRUARI	Rp. 211.185.800
MARET	Rp. 165.083.300
APRIL	Rp. 124.234.950
MEI	Rp. 145.213.500
JUNI	Rp. 157.093.250
JULI	Rp. 116.488.750
AGUSTUS	Rp. 100.016.300
SEPTEMBER	Rp. 89.202.500
BULAN	OMZET
OKTOBER	Rp. 95.943.600
NOVEMBER	Rp. 88.451.450

DESEMBER	Rp. 106.388.350
----------	-----------------

Sumber : Data Omzet Rumah Makan WA-Q Kota Malang.

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa omzet penjualan di rumah makan WA-Q ini tidak stabil dan mengalami penurunan yang sangat drastis. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena ingin mengetahui apa penyebab dari penurunan omzet tersebut, apakah dari kualitas pelayanan yang di berikan, kualitas produk yang ada, dari segi harga yang diterapkan, maupun lokasi atau tempat WA-Q ini berada, maka dari itu judul yang diambil peneliti ini adalah **“Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Pada Penurunan Omzet Tiap Bulan (Studi Kasus pada Rumah Makan WA-Q di Kota Malang)”**.

B. Permasalahan

Setiap perusahaan akan selalu memikirkan bagaimana memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan tetap memperhatikan kelangsungan usaha dan posisi dalam pasar persaingan. Apalagi dalam bisnis kuliner, dalam bidang ini faktor yang harus diperhatikan tentu saja mengenai pelayanan, produk, harga dan lokasi.

Pelayanan, produk, harga dan lokasi merupakan strategi perusahaan untuk memperkuat penunjang puas atau tidaknya seorang konsumen, dalam hal ini juga akan berpengaruh pada omzet penjualan. Permasalahan yang di alami di Rumah Makan WA-Q Malang adalah

mengenai penurunan omzet tiap bulan. Maka dari itu peneliti akan meneliti :

1. Bagaimana kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi yang ada di Rumah Makan WA-Q Kota Malang ?
2. Bagaimana kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen di Rumah Makan WA-Q Kota Malang?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen dapat berpengaruh pada omzet penjualan di Rumah Makan WA-Q Kota Malang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, untuk menjawab dari permasalahan-permasalahan yang ada dengan cara mendeskripsikan berbagai permasalahan berlandaskan teori dan pengalaman penelitian. Tujuan-tujuan tersebut, yaitu :

1. Mengetahui kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi yang ada di Rumah Makan WA-Q Kota Malang.
2. Mengetahui kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi di Rumah Makan WA-Q Kota Malang berpengaruh pada kepuasan konsumen.
3. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen berpengaruh pada omzet penjualan di Rumah Makan WA-Q Kota Malang.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang hendak di capai maka terdapat manfaat dari apa yang akan di teliti, yaitu :

1. Secara teoritis:

Hasil dari penelitian ini di harapkan memberikan manfaat sebagai ilmu pengetahuan, menambah wawasan serta pemahaman di bidang pemasaran dalam kaitannya dengan kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi.

2. Secara praktis :

a) Bagi peneliti

Di harapkan bisa menjadi tambahan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama duduk di bangku perkuliahan dan mampu di terapkan di dunia kerja.

b) Bagi pembaca :

Hasil penelitian ini untuk menambah informasi dan dapat di jadikan sebagai acuan atau refrensi dalam sebuah penelitian selanjutnya.

c) Bagi pemilik usaha :

Sebagai bahan masukan pada Rumah Makan WA-Q Malang dan memberikan perhatian dalam hal kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi sehingga akan berdampak pada kepuasan yang optimal.

E. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dari hasil penelitian ini akan di sistematika menjadi lima bab yang saling berkaitan antara satu dengan yang lain, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang, permasalahan, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan, sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERSPEKTIF TEORI

Bab ini berisi tentang penjabaran mengenai penelitian terdahulu, landasan teori yang berkaitan dengan judul skripsi dan kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan metode penelitian tentang jenis penelitian, setting penelitian, sumber data dan, pengumpulan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran setting penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup yang meliputi kesimpulan dan saran, selanjutnya di lanjutkan dengan bagian terakhir dalam penulisan yang meliputi daftar kepustakaan dan lampiran-lampiran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi yang ada di Rumah Makan WA-Q Kota Malang.
 - a. Kualitas Pelayanan yang ada di Rumah Makan WA-Q Kota Malang.
 1. *Tangibles* (bukti langsung), rumah makan WA-Q memberikan bukti langsung secara fisik meliputi sarana dan prasarana yang lengkap, serta juga membuat suasana lingkungan menjadi nyaman, namun berdasarkan keterangan dari beberapa konsumen rumah makan WA-Q menyatakan bahwa sarana dan prasarana yang diberikan lengkap, tetapi rumah makan WA-Q masih belum bisa memberikan suasana lingkungan yang nyaman untuk beberapa konsumen.
 2. *Reliability* (keandalan), untuk memberikan pelayanan yang dapat di andalkan rumah makan WA-Q memberikan pembekalan kepada setiap karyawan baru sesuai dengan bidangnya masing-masing, serta memberikan motivasi kepada seluruh karyawan agar dapat melayani konsumen dengan

sebaik-baiknya, namun berdasarkan keterangan dari beberapa konsumen rumah makan WA-Q untuk pelayanan yang diberikan masih belum bisa terbilang ramah untuk beberapa konsumen, namun sebaliknya ada juga konsumen yang menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan begitu ramah.

3. *Responsiveness* (daya tanggap), penerapan SOP (standart operasional perusahaan) pada rumah makan WA-Q berperan sangat penting dalam melayani konsumen. Setiap karyawan harus memiliki sifat sopan dan menghormati orang lain, ramah, murah senyum, inisiatif tinggi, disiplin, menjaga kebersihan, serta pelayanan prima. Berdasarkan hasil keterangan dari beberapa konsumen menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan tergolong dari pelayanan prima, namun sebaliknya ada juga konsumen yang menyatakan bahwa pelayanan yang ada di rumah makan WA-Q belum termasuk dari pelayanan prima.
4. *Assurance* (jaminan), untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen, rumah makan WA-Q selalu memonitoring karyawannya agar tetap ramah kepada konsumen, melakukan breafing sebelum opening mengingatkan 5S (salam, sapa, senyum, sopan, santun) dan evaluasi setelah closing.
5. *Emphaty* (empati), dalam memahami keinginan konsumen rumah makan WA-Q selalu mengusahakan untuk

berkomunikasi langsung dengan konsumen, mengisi form penilaian di google bisnis, serta membuka pertanyaan tentang kritik dan saran melalui media sosial. Beberapa cara ini membuat rumah makan WA-Q berhasil memenuhi keinginan para konsumennya, hal ini di dukung dengan keterangan dari beberapa konsumen rumah makan WA-Q yang menyatakan bahwa mereka merasa keinginannya sudah terpenuhi saat berada di rumah makan WA-Q

- b. Kualitas Produk yang ada di Rumah Makan WA-Q Kota Malang.
 1. *Perfomance* (kinerja), rumah makan WA-Q mengatur tampilan produk semenarik mungkin, melakukan beberapa aktivasi pada media sosial, melaakukan kolaborasi dengan produk lain, serta memfoto produk dengan seestetik mungkin, dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen. Beberapa hal yang dilakukan rumah makan WA-Q tentang mengatur tampilan produk yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dianggap belum berhasil, karena sesuai dengan pernyataan beberapa konsumen rumah makan WA-Q yang mengatakan bahwa mereka ada yang tertarik dan ada yang tidak tertarik dengan tampilan produk yang ada di rumah makan WA-Q.
 2. *Durability* (daya tahan), agar produk yang dijual layak di konsumsi dan mejadi produk yang berkualitas, rumah makan WA-Q mengusahakan produk yang di jualnya selalu fresh,

dengan cara selalu rutin memeriksa tanggal layak pakai, dan tidak menyetok bahan baku terlalu banyak. Hal ini dapat membuat beberapa konsumen percaya terhadap ketahanan produk yang ada di rumah makan WA-Q. Sesuai dengan keterangan dari beberapa konsumen rumah makan WA-Q yang menyatakan bahwa produk yang ada bagus dan *fresh*.

3. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), untuk menyesuaikan dengan apa yang diinginkan konsumen, rumah makan WA-Q melakukan pendekatan kepada para konsumennya dengan cara melakukan komunikasi langsung dengan konsumen, menanyai pendapat serta kritik/saran, dengan tujuan untuk memenuhi harapan dan keinginan konsumen. Hal yang dilakukan oleh rumah makan WA-Q dalam upaya untuk menyesuaikan dengan apa yang diinginkan oleh konsumen sudah dianggap berhasil, berdasarkan keterangan dari beberapa konsumen rumah makan WA-Q yang menyatakan bahwa rumah makan WA-Q sudah menyediakan beberapa macam pilihan produk yang sesuai dengan minat dari konsumen, mereka juga menyatakan bahwa mereka tidak pernah mendapati produk yang rusak.
4. *Features* (fitur), rumah makan WA-Q menggunakan konsep penyajian Korean Grill, yang mana rumah makan WA-Q hanya menyediakan fasilitas dan bahan baku dan konsumen bisa

memasak sendiri sesuai selera. Konsep ini digunakan untuk memperindah produk serta menarik perhatian konsumen. Konsep penyajian yang ada di rumah makan WA-Q berhasil membuat para konsumen tertarik.

5. *Reliability* (reliabilitas), agar dapat menciptakan produk yang dapat di andalkan, rumah makan WA-Q selalu mengusahakan agar produknya selalu fresh karena sebagian besar produk yang dijualnya adalah bahan mentah. Namun untuk produk yang daya tahannya hanya 7hari rumah makan WA-Q mengantisipasi kerusakan produk dengan memproduksi selama 3hari sekali.
6. *Aesthetics* (estetika), untuk menambah ketertarikan konsumen akan produk yang dijual di rumah makan WA-Q, konsep produk yang digunakan yaitu Korean BBQ Grill yang didukung dengan saus bulgogi yang merupakan saus andalan untuk BBQ, dan juga ada saus terong yang mana saus ini diciptakan untuk menyesuaikan lidah orang Indonesia yang terbuat dari rempah khas Indonesia. Hal ini membuat beberapa konsumen tertarik dengan konsep produk yang ada, namun ada juga beberapa konsumen yang merasa kurang tertarik dengan konsep produk tersebut.
7. *Perceived quality* (kesan kualitas), rumah makan WA-Q menggunakan bahan baku yang berkualitas, menjaga kesegaran

dari setiap produk, serta kehygienisan produk, demi menciptakan produk yang berkualitas. Kesan kualitas produk yang ada di rumah makan WA-Q belum berhasil dikatakan berkualitas oleh beberapa konsumen, namun sebaliknya ada beberapa konsumen yang menyatakan sudah berkualitas.

c. Harga yang ada di Rumah Makan WA-Q Kota Malang.

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting bagi rumah makan WA-Q:

1. Memaksimalkan laba perusahaan, untuk memaksimalkan laba perusahaan rumah makan WA-Q berani untuk menurunkan harga jual dan mentiadakan pembayaran pajak/ppn. sebelum adanya pandemi covid19 rumah makan WA-Q sempat mengalami penurunan namun rumah makan WA-Q masih dapat memaksimalkan laba, dengan adanya pandemi covid19 ini menjadikan penurunan omzet yang sangat drastis di rumah makan WA-Q.
2. Memperoleh pangsa pasar, untuk memperoleh pangsa pasar rumah makan WA-Q mematok harga lebih rendah dibanding pesaing, memberikan promo-promo menarik dan diskon atau potongan harga di setiap pembelian. Berdasarkan beberapa cara yang dilakukan oleh rumah makan WA-Q berhasil menarik perhatian konsumen.

3. Memperoleh investasi dari usaha, rumah makan melakukan investasi dalam usaha bidang kuliner.
- d. Lokasi yang ada di Rumah Makan WA-Q Kota Malang.
 1. Aksesibilitas, rumah makan WA-Q memiliki kemudahan akses keluar/masuk karena lokasi rumah makan WA-Q berada di pinggir jalan raya serta rumah makan WA-Q sendiri memiliki lahan parkir yang luas. Hal ini juga dirasakan oleh beberapa konsumen rumah makan WA-Q yang mana akses keluar atau masuk sangatlah mudah.
 2. Faktor utama (primer), lokasi dimana rumah makan WA-Q berada dekat dengan pasar, ketersediaan tenaga kerja, supplier, pesaing, dan fasilitas.
2. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi yang ada di Rumah Makan WA-Q Kota Malang terhadap Kepuasan Konsumen.
 - a. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen, Kualitas pelayanan yang ada di rumah makan WA-Q cukup baik, dengan adanya fasilitas yang lengkap dan suasana lingkungan yang nyaman namun ada beberapa faktor yang membuat konsumen belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, seperti kurangnya arahan dari karyawan
 - b. Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen, konsumen puas dengan kualitas produk yang ada di rumah makan WA-Q, yang mana produk tersebut sesuai keinginan dan harapan konsumen.

- c. Harga terhadap Kepuasan Konsumen, konsumen merasa puas dengan harga produk yang ada di rumah makan WA-Q karena harga sangat terjangkau sesuai dengan keinginan konsumen.
 - d. Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen, konsumen cukup puas dengan lokasi rumah makan WA-Q berada. lokasi rumah makan WA-Q sangat strategis, mudah dijangkau dan memiliki lahan parkir yang luas, tetapi ada beberapa faktor yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen seperti kebersihan.
3. Tingkat Kepuasan Konsumen berpengaruh pada Omzet Penjualan di Rumah Makan WA-Q Kota Malang.

Rumah Makan WA-Q dalam meningkatkan kepuasan konsumen untuk menambah omzet penjualan selalu mementingkan kualitas dari segi pelayanan dan produk agar konsumen merasa puas karena konsumen yang puas akan menjadi konsumen yang loyal dan membawa pengaruh baik bagi rumah makan WA-Q, namun menurut beberapa keterangan dari konsumen ada beberapa hal yang belum bisa memuaskan konsumen yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kebersihan lokasi.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ditulis oleh peneliti maka peneliti memberikan saran, yaitu :

1. Secara teoritis :

Penelitian ini sumber-sumber dan refrensi masih kurang meluas, oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat memperbanyak lagi sumber-sumber dan refrensi yang akurat terkait dengan permasalahan yang diangkat. Penelitian mendatang, dapat dilakukan penambahan variabel penelitian, misalnya variabel promosi guna sebagai acuan dalam pengujian kembali apakah variabel variabel tersebut berpengaruh pada penurunan omzet.

2. Secara praktis :

a) Bagi pemilik usaha :

- 1) Rumah makan WA-Q diharapkan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen dengan memberikan suasana lingkungan yang nyaman dengan mengedepankan kebersihan tempat, memberikan pelayanan yang ramah dan pelayanan prima sesuai dengan SOP yang ada.
- 2) Rumah makan WA-Q diharapkan dapat memperbaharui tampilan produk dan konsep produk yang ada di rumah makan WA-Q dengan sebaik-baiknya guna menarik perhatian konsumen.
- 3) Rumah makan WA-Q diharapkan dapat memberikan produk yang lebih berkualitas agar konsumen puas dengan produk yang diberikan.
- 4) Rumah makan WA-Q diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan menjaga kebersihan lokasi

dengan sebaik-baiknya untuk memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen, sehingga konsumen menjadi loyal dan dapat membawa pengaruh baik kepada rumah makan WA-Q sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemesaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Azizi, R. S. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Bahri. (2019). *Modul Pengantar Kewirausahaan*. Pasuruan: CV Qiara Media.
- Charies W Lamb Jr, J. F. (2001). *Pemasaran Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dameria, I. (2016). Loyalitas konsumen dalam meningkatkan omzet penjualan pada gerai indomaret di Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning and Strategy)*. Pasuruan : Qiara Media.
- Irawan, B. S. (1985). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Khuriyati, T. (2013). Faktor-faktor penyebab penurunan omzet penjualan pada industri kerajinan monel di Desa Kriyan Kabupaten Jepara.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran (edisi bhs.indonesia)*. Surakarta: PT.Pabelan.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Prenhallindo .
- Latief, R. (2018). *Word of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendakia.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Machfoedz, M. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern* . Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Muttaqin, I. B. (2019). *Model HSQ-Metrix untuk Pengukuran Kualitas Pelayanan Kesehatan dan Rs di Banda Aceh* . Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Nitisemito, A. S. (2008). *Manajemen Personalia Edisi Kedua* . Jakarta: Ghalia Indonesia .
- Olson, P. J. (2000). *Consumer Behavior; Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 1 Edisi 4*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN -JP*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Royan, F. M. (2007). *Smart Launching New Product Strategi Jitu Memasarkan Produk Baru Agar Meledak di Pasar*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Rusma Rizal, R. H. (2017). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Omzet Penjualan pada PT. Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang.

- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sopiah, S. d. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Dee Publish.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriadi. (2018). *Konsep Harga dalam Ekonomi Islam*. Bogor: Guepedia.
- Tangkilisan, H. N. (2005). *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Tjiptono, F. (2005). *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Tohar, M. (2000). *Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta: Kanisius.
- Ulfiani. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Rumah makan Ayam Nelongso Cabang Soekarno-Hatta No 37 Malang).
- Wijaya, C. V. (2017). Pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Depot Madiun Khas Bu Rudy.