

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN  
KONSUMEN TERHADAP MAKANAN CEPAT SAJI DI KECAMATAN  
CAKRANEGARA KOTA MATARAM  
(Studi Kasus pada Kebab Corner dan Bakar 96°)**

***ANALYSIS OF THE FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMER  
SATISFACTION WITH FAST FOOD IN THE CAKRANEGARA SUB-DISTRICT  
OF MATARAM CITY  
(Case Study on Kebab Corner and Burnt 96°)***

**Indar Justika Ayuna Kharisma<sup>1</sup>, Addinul Yakin<sup>2</sup>, Dwi Praptomo Sudjatmiko<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram  
indarkharisma@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap makanan cepat saji di Kecamatan Cakranegara Kota Mataram. (2) Untuk menganalisis perbandingan tingkat kepuasan konsumen terhadap makanan cepat saji pada usaha Kebab Corner dan Bakar 96°. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Unit analisis pada penelitian ini adalah konsumen makanan cepat saji pada usaha Kebab Corner dan usaha Bakar 96° di Kecamatan Cakranegara Kota Mataram. Penentuan responden dilakukan dengan cara *Accidental Sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif yang diukur menggunakan metode skoring dan dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa : (1) Usaha Kebab Corner dan usaha Bakar 96° dengan variabel bebas (Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepantasan Harga, dan Nilai Pelanggan) berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. (2) Lokasi berpengaruh signifikan positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada usaha Kebab Corner; semakin baik lokasi pada kedua usaha maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. (3) Kepantasan Harga berpengaruh signifikan positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada usaha Kebab Corner dan usaha Bakar 96°; semakin pantas harga makanan cepat saji usaha maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. (4) Hasil analisis regresi gabungan menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara tingkat kepuasan konsumen pada usaha Kebab Corner dan usaha Bakar 96°.

**Kata kunci : Makanan Cepat Saji, Pembelian Ulang, Kepuasan Konsumen.**

**ABSTRACT**

This study aims to: (1) To analyze the factors that influence consumer satisfaction with fast food in Cakranegara District, Mataram City. (2) To analyze the comparison of the level of consumer satisfaction with fast food at the Kebab Corner and Bakar 96° businesses. This research uses a descriptive method. The unit of analysis in this study were fast food consumers at the Kebab Corner business and the 96° Bakar business in Cakranegara District, Mataram City. Respondents were

determined by *accidental sampling*. The type of data used in this research is qualitative data which is measured using the scoring method and analyzed using a quantitative approach. Sources of data used in this study are primary data and secondary data. Data analysis using descriptive analysis and Multiple Linear Regression analysis. Based on the results of the study it can be concluded that: (1) Kebab Corner business and 96° Grill business with independent variables (Location, Product Quality, Service Quality, Price, and Customer Value) have a significant effect simultaneously or together on customer satisfaction. (2) Location has a partially positive significant effect on customer satisfaction in the Kebab Corner business; the better the location of the two businesses will increase consumer satisfaction. (3) Price appropriateness has a partially positive effect on consumer satisfaction in the Kebab Corner business and the 96° Grill business; the more appropriate the price of fast food businesses will increase consumer satisfaction. (4) The results of the combined regression analysis show that there is no significant difference between the level of customer satisfaction in the Kebab Corner business and the 96° Grill business.

**Keywords:** Fast Food, Repurchase, Consumer Satisfaction.

## PENDAHULUAN

Era globalisasi dan perkembangan teknologi membuat seseorang cenderung menginginkan hidup serba cepat dan praktis, sehingga menjadikan seseorang untuk berperilaku konsumtif, terutama dalam bidang makanan. Hal ini didukung dengan banyaknya produsen makanan yang menyediakan makanan yang praktis dan instan yang biasa disebut dengan makanan cepat saji.

Hasil penelitian Satararuddin (2020) mengenai “*Analisis Kualitatif Keberadaan Pedagang Kaki Lima di Kota Mataram*” menunjukkan bahwa sebagian besar atau 75% pedagang kaki lima yang berjualan di kota Mataram membuka usahanya di atas trotoar dan badan jalan tempat pejalan kaki, yang menggunakan halaman/emperan toko sebanyak 20%, dan sisanya membuka usaha di halaman rumah. Sebagian besar produk yang dijual adalah makanan matang siap saji sebesar 42%, makanan belum diproses sebesar 23% dan 35% produk bukan makanan. Hal ini menandakan bahwa produk makanan cepat saji memiliki jumlah penjual yang paling tinggi pada pedagang kaki lima apabila dibandingkan dengan penjualan produk yang lain pada hasil penelitian tersebut.

Berbagai jenis makanan cepat saji seperti aneka ragam sosis, kebab, burger dan sejenisnya yang terdapat pada usaha Kebab Corner dan Bakaran 96° ini merupakan salah satu makanan cepat saji yang banyak digemari oleh masyarakat. Selain memiliki rasa lezat, terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap makanan cepat saji ini. Adapun yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang dipertimbangkan peneliti adalah lokasi, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepantasan harga dan nilai pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, konsumen yang berbelanja pada usaha Kebab Corner dan Bakaran 96° ini selalu ramai akan pembeli setiap harinya. Fenomena ini tentu saja menjadi hal yang menarik untuk dikaji terutama mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang berbelanja pada kedua usaha ini sehingga selalu ramai akan pembeli. Hal inilah yang melatarbelakangi penelitian ini perlu untuk dilakukan.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen makanan cepat saji pada usaha Kebab

Corner dan usaha Bakaran 96° di Kecamatan Cakranegara Kota Mataram. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Cakranegara Kota Mataram dilakukan secara *Purposive Sampling* atau sengaja dengan pertimbangan bahwa wilayah tersebut terdapat usaha makanan yang cukup tinggi terutama pada bidang makanan cepat saji, serta merupakan wilayah beroperasinya usaha Kebab Corner dan Bakaran 96°. Penentuan sampel ini ditentukan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60 responden pada usaha Kebab Corner dan 60 responden pada usaha Bakaran 96° dengan total 120 responden pada kedua usaha. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan teknik wawancara melalui media kuesioner.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

### **Uji Asumsi Klasik**

#### ***Uji Normalitas***

Menurut Ghozali (2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal.. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi di atas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal dan begitu pula sebaliknya.

#### ***Uji Multikolinearitas***

Menurut Ghozali (2016) pada pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen atau variabel bebas. Untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai tolerance mengukur variabilitas dari variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi , dikarenakan  $VIF = 1/tolerance$ , dan menunjukkan terdapat kolinearitas yang tinggi. Nilai cut off yang digunakan adalah untuk nilai tolerance 0,10 atau VIF di atas angka 10.

#### ***Uji Heteroskedastisitas***

Uji ini bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dari satu pengamatan kepengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara mengetahui adanya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linear berganda, yaitu dengan menggunakan metode glejser yakni apabila nilai signifikan  $> 0,05$ , maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi (Raharjo, 2014).

### **Uji Statistik**

#### ***Uji Statistik F***

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (*simultan*) terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini digunakan hipotesis sebagai berikut :

$H_0$  : variabel lokasi, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepatutan harga, dan nilai pelanggan tidak memiliki pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen terhadap makanan cepat saji di Kecamatan Cakranegara Kota Mataram.

$H_a$  : variabel lokasi, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepatutan harga, dan nilai pelanggan memiliki pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen terhadap makanan cepat saji di Kecamatan Cakranegara Kota Mataram.

Penggunaan signifikansi hipotesis :

Apabila probabilitas signifikansi  $>0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Apabila probabilitas signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### **Uji Statistik t**

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri (*parsial*) terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini digunakan hipotesis sebagai berikut :

Untuk Seluruh Variabel Bebas (Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepantasan Harga, dan Nilai Pelanggan).

$H_0$  : variabel bebas (Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepantasan Harga, dan Nilai Pelanggan) tidak memiliki pengaruh signifikan secara masing-masing terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen terhadap makanan cepat saji di Kecamatan Cakranegara Kota Mataram.

$H_a$  : variabel bebas (Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepantasan Harga, dan Nilai Pelanggan) memiliki pengaruh signifikan secara masing-masing terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen terhadap makanan cepat saji di Kecamatan Cakranegara Kota Mataram.

Penggunaan signifikansi hipotesis :

Apabila probabilitas signifikansi  $> 0,05$  atau  $0,1$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Apabila probabilitas signifikansi  $< 0,05$  atau  $0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### **Uji Koefisien Determinasi $R^2$ (Adjusted R Square)**

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Nilai koefisien determinasinya yaitu antara 0 sampai dengan 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Apabila nilai determinasi  $R^2$  mendekati 1, maka dapat disimpulkan bahwa persentase total variasi dalam variabel terikat yang dapat diterangkan oleh variabel bebas akan semakin besar. Hal ini menandakan bahwa model yang digunakan juga semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

#### **Regresi Gabungan Usaha Kebab Corner Dan Bakaran 96°**

Menurut Parjiono (2018), variabel dummy atau variabel indikator adalah variabel buatan yang dibuat untuk mewakili atribut dengan dua kategori atau kategori yang berbeda. Variabel dummy menetapkan angka “0” dan “1”.

Pada penelitian ini digunakan uji regresi gabungan Usaha Kebab Corner dan Bakaran 96° yang bertujuan untuk membandingkan tingkat kepuasan konsumen diantara usaha Kebab Corner dan Bakaran 96°. Data pada kedua usaha digabungkan kemudian ditambahkan satu variabel dummy dengan nilai makanan cepat saji Kebab Corner = 1 dan makanan cepat saji Bakaran 96° = 0.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Asumsi Klasik**

Seperti halnya uji parametris lainnya, maka regresi linear berganda juga mempunyai syarat atau asumsi klasik yang harus terpenuhi agar model prediksi yang dihasilkan nantinya bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimation*).

#### **Uji Normalitas**

Hasil uji normalitas pada usaha Kebab Corner menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.7. Hasil Uji Normalitas Pada Usaha Kebab Corner

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,74843921
Most Extreme Differences	Absolute	,103
	Positive	,075
	Negative	-,103
Test Statistic		,103
Asymp. Sig. (2-tailed)		,178 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, hasil uji normalitas pada usaha Kebab Corner menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,178 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal atau memenuhi syarat sebagai suatu model regresi yang baik. Sedangkan pada usaha Bakaran 96° dilakukan uji yang sama sebagai berikut.

Tabel 4.8. Hasil Uji Normalitas Pada Usaha Bakaran 96°

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,71831436
Most Extreme Differences	Absolute	,091
	Positive	,091
	Negative	-,068
Test Statistic		,091
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas hasil uji normalitas pada usaha Bakaran 96° menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,200 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut dapat dikatakan terdistribusi secara normal atau memenuhi syarat sebagai suatu model regresi yang baik.

**Uji Multikolinearitas**

Tabel 4.9. Hasil Uji Multikolinearitas Pada Usaha Kebab Corner

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,374	,675		-,555	,581		
	Lokasi	,162	,084	,242	1,920	,060	,746	1,341
	Kualitas Produk	,023	,060	,046	,377	,708	,804	1,243
	Kualitas Pelayanan	,010	,063	,020	,158	,875	,765	1,308
	Kepantasan Harga	,163	,066	,326	2,482	,016	,687	1,456
	Nilai Pelanggan	,103	,089	,162	1,157	,253	,600	1,666

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas terdapat hasil uji multikolinearitas pada usaha Kebab Corner dengan menggunakan metode Tolerance Dan VIF (*Varians Inflation Factor*) yang

dimana seluruh variabel bebas pada usaha Kebab Corner ini memiliki nilai VIF (*Varians Inflation Factor*) kurang dari 10 dan nilai tolerance yang lebih besar dari pada 0,1. Artinya bahwa data tersebut terbebas dari gejala kolinearitas atau interkorelasi sehingga dapat disimpulkan bahwa model ini merupakan model regresi yang baik. Sedangkan hasil dari uji normalitas pada usaha Bakaran 96° dapat dilihat melalui tabel berikut ini.

Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolinearitas Pada Usaha Bakaran 96°

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,097	,555		-,174	,862		
	Lokasi	,053	,073	,093	,719	,475	,666	1,500
	Kualitas Produk	,084	,063	,201	1,331	,189	,484	2,065
	Kualitas Pelayanan	,033	,057	,076	,574	,568	,625	1,601
	Kepantasan Harga	,119	,063	,278	1,885	,065	,507	1,974
	Nilai Pelanggan	,092	,081	,166	1,140	,259	,520	1,922

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.10 di atas hasil uji multikolinearitas pada usaha Bakaran 96° dengan menggunakan metode Tolerance Dan VIF (*Varians Inflation Factor*) tersebut didapatkan hasil yaitu seluruh variabel bebas pada usaha Bakaran 96° ini juga memiliki nilai VIF (*Varians Inflation Factor*) yang kurang dari 10 dan nilai tolerance yang lebih besar dari pada 0,1. Artinya bahwa data tersebut terbebas dari gejala kolinearitas atau interkorelasi sehingga dapat disimpulkan bahwa model ini merupakan model regresi yang baik.

#### Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas pada usaha Kebab Corner dengan menggunakan metode *Glejser* dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.11. Hasil Uji Heteroskedastisitas Pada Usaha Kebab Corner

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,385	,368		1,046	,300
	Lokasi	,045	,046	,146	,983	,330
	Kualitas Produk	-,036	,033	-,157	-1,093	,279
	Kualitas Pelayanan	,025	,034	,108	,738	,464
	Kepantasan Harga	,061	,036	,263	1,697	,095
	Nilai Pelanggan	-,093	,049	-,317	-1,913	,061

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.11 di atas didapatkan hasil uji heteroskedastisitas pada usaha Kebab Corner yaitu nilai signifikansi dari seluruh variabel bebas yang lebih besar dari 0,05. Artinya bahwa pada data tersebut tidak ditemukan adanya gejala heteroskedastisitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model tersebut merupakan model regresi yang homoskedastisitas dan memenuhi syarat model regresi linear OLS (*Ordinary Least Square*).

Sedangkan pada usaha Bakaran 96° hasil dari uji heteroskedastisitas pada usaha Bakaran 96° dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.12. Hasil Uji Heteroskedastisitas Pada Usaha Bakaran 96°

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,270	,300		,900	,372
	Lokasi	-,010	,040	-,043	-,263	,793
	Kualitas Produk	-,008	,034	-,044	-,227	,821
	Kualitas Pelayanan	,021	,031	,115	,683	,498
	Kepantasan Harga	,008	,034	,046	,246	,807
	Nilai Pelanggan	,027	,044	,116	,627	,533

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.12 di atas didapatkan hasil uji heteroskedastisitas pada usaha Bakaran 96° yaitu seluruh variabel bebas memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari pada 0,05. Artinya bahwa pada data tersebut tidak ditemukan adanya gejala heteroskedastisitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model tersebut merupakan model regresi yang homoskedastisitas dan memenuhi syarat model regresi linear OLS (*Ordinary Least Square*).

### Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap makanan cepat saji di Kecamatan Cakranegara Kota Mataram khususnya pada usaha Kebab Corner dan Bakaran 96°. Adapun faktor-faktor yang dimaksud meliputi Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepantasan Harga, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen. Faktor-faktor tersebut dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda sehingga diperoleh hasil sebagai berikut.

Persamaan regresi yang digunakan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen makanan cepat saji di Kecamatan Cakranegara Kota Mataram

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$  = Koefisien regresi untuk variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$

$X_1$  = Lokasi

$X_2$  = Kualitas produk

$X_3$  = Kualitas pelayanan

$X_4$  = Kepantasan Harga

$X_5$  = Nilai pelanggan

e = Gangguan.

### Uji Statistik F

Tabel 4.13. Hasil Uji Statistik F Pada Usaha Kebab Corner

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18,641	5	3,728	6,092	,000 <sup>b</sup>
	Residual	33,050	54	,612		
	Total	51,690	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepantasan Harga

Sumber : Data primer diolah (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.13 di atas didapatkan hasil bahwa nilai F hitungnya sebesar 6,092 dan nilai F tabelnya sebesar 2,39, sehingga dapat dikatakan bahwa nilai F hitung  $>$  F tabel atau  $6,092 > 2,39$ . Sedangkan nilai signifikansinya yaitu  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepantasan Harga, dan Nilai Pelanggan) memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan atau secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 4.14. Hasil Uji Statistik F Pada Usaha Bakaran 96°

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20,629	5	4,126	7,319	,000 <sup>b</sup>
	Residual	30,443	54	,564		
	Total	51,072	59			

a. Dependent Variable: kepuasan Konsumen  
b. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kepantasan Harga, Kualitas Produk

Sumber : Data primer diolah (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada gambar 4.14 di atas didapatkan hasil bahwa nilai F hitungnya sebesar 7,319 dan nilai F tabelnya sebesar 2,39, sehingga dapat dikatakan nilai F hitung  $>$  F tabel atau  $7,310 > 2,39$ . Sedangkan nilai signifikansinya yaitu  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepantasan Harga, dan Nilai Pelanggan) memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan atau secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil dari uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada usaha Kebab Corner ini dapat dilihat melalui tabel berikut ini.

Tabel 4.15. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Pada Usaha Kebab Corner

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,601 <sup>a</sup>	,361	,301	,782322

a. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepantasan Harga

Sumber : Data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.15. didapatkan hasil bahwa nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai *R Square* yaitu sebesar 0,361 atau sebesar 36,1%. Artinya bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat Kepuasan Konsumen adalah sebesar 36,1% dan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan cukup kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan pada usaha Bakaran 96° Hasil dari uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat melalui tabel berikut ini.

Tabel 4.16. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Pada Usaha Bakaran 96°

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,636 <sup>a</sup>	,404	,349	,750834

a. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kepantasan Harga, Kualitas Produk

Sumber : Data primer diolah (2023)



Berdasarkan tabel 4.16. didapatkan hasil nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai *R Square* yaitu sebesar 0,404 atau sebesar 40,4%. Artinya bahwa kemampuan variabel bebas yaitu dalam menjelaskan variabel terikat Kepuasan Konsumen adalah sebesar 40,4% dan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan cukup kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

### Uji Statistik t

Tabel 4.17. Hasil Analisis Regresi Pada Usaha Kebab Corner.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,374	,675		-,555	,581 -
	Lokasi	,162	,084	,242	1,920	,060 *)
	Kualitas Produk	,023	,060	,046	,377	,708 NS
	Kualitas Pelayanan	,010	,063	,020	,158	,875 NS
	Kepantasan Harga	,163	,066	,326	2,482	,016 **)
	Nilai Pelanggan	,103	,089	,162	1,157	,253 NS

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Keterangan : NS = Non Signifikan, \*) Signifikansi pada  $\alpha = 10\%$ , \*\*) Signifikansi pada  $\alpha = 5\%$

Sumber : Data primer diolah (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + b_4.X_4 + b_5.X_5$$

$$= -0,374 + 0,162 + 0,023 + 0,010 + 0,163 + 0,103$$

Sedangkan pada usaha Bakaran 96° diperoleh hasil koefisien regresi, nilai t hitung, dan tingkat signifikansi sebagai berikut.

Tabel 4.18. Hasil Analisis Regresi Pada Usaha Bakaran 96°.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,097	,555		-,174	,862 -
	Lokasi	,053	,073	,093	,719	,475 NS
	Kualitas Produk	,084	,063	,201	1,331	,189 NS
	Kualitas Pelayanan	,033	,057	,076	,574	,568 NS
	Kepantasan Harga	,119	,063	,278	1,885	,065 *)
	Nilai Pelanggan	,092	,081	,166	1,140	,259 NS

a. Dependent Variable: kepuasan Konsumen

Keterangan : NS = Non Signifikan, \*) Signifikansi pada  $\alpha = 10\%$ , \*\*) Signifikansi pada  $\alpha = 5\%$

Sumber : Data primer diolah (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut didapatkan persamaan regresi sebagai berikut

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + b_4.X_4 + b_5.X_5$$

$$= -0,097 + 0,053 + 0,084 + 0,033 + 0,119 + 0,092$$

Persamaan regresi pada usaha Kebab Corner dan Bakaran 96° di atas menunjukkan hubungan antara variabel bebas yaitu variabel Lokasi ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ), Kepantasan Harga ( $X_4$ ), dan Nilai Pelanggan ( $X_5$ ) dengan variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). Dalam model regresi tersebut dapat

dinyatakan apabila terdapat perubahan pada variabel bebas sebesar 1 satuan dan variabel yang lain dianggap konstan, maka akan mempengaruhi variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y) sebesar nilai koefisien (b) dari nilai variabel bebas tersebut.

#### ***Pengaruh Variabel Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen***

Pada usaha Kebab Corner variabel Lokasi ( $X_1$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,060 < 0,1$  apabila menggunakan probabilitas signifikansi 10%, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa variabel Lokasi ( $X_1$ ) berpengaruh nyata terhadap Kepuasan Konsumen (Y) apabila variabel lainnya dianggap tetap. Tanda pada koefisien regresi pada variabel lokasi ini adalah positif, artinya bahwa semakin baik lokasi usaha akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang berbelanja pada usaha Kebab Corner ini.

Lokasi memegang peranan yang cukup penting dalam sebuah usaha. Semakin dekat tempat tinggal konsumen dengan lokasi usaha maka akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. hal ini selaras dengan pendapat Carlina (2012), Ia menjelaskan bahwa yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut. Dalam hal ini kemudahan yang dimaksud adalah kemudahan untuk mencapai lokasi usaha. Semakin dekat lokasi usaha maka akan mempermudah konsumen dalam menjangkaunya sehingga akan dapat meningkatkan kepuasan dari konsumen itu sendiri. Hal ini terbukti dari mayoritas jumlah responden yang berbelanja pada usaha ini memiliki tempat tinggal yang dekat dengan lokasi usaha.

Sedangkan pada usaha Bakaran 96° variabel Lokasi ( $X_1$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,475 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya bahwa Variabel Lokasi ( $X_1$ ) tidak berpengaruh nyata terhadap Kepuasan Konsumen (Y) apabila variabel lainnya dianggap tetap. Berbeda halnya dengan yang terjadi pada usaha Kebab Corner, pada usaha Bakaran 96° faktor lokasi ini tidak begitu memiliki pengaruh yang nyata terhadap kepuasan konsumen. Lokasi usaha yang tidak begitu dekat dengan tempat tinggal konsumen maupun lokasi usaha yang tidak begitu mudah ditemukan ini tidak menjadi masalah bagi sebagian besar konsumen. Hal ini terbukti dari mayoritas konsumen yang berbelanja pada usaha ini memiliki persentase yang hampir sama antara konsumen yang memiliki tempat tinggal yang dekat dengan lokasi usaha maupun konsumen yang memiliki tempat tinggal yang tidak begitu dekat dengan lokasi usaha.

#### ***Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen***

Pada usaha Kebab Corner variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,708 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) tidak berpengaruh nyata terhadap Kepuasan Konsumen (Y) apabila variabel lainnya dianggap tetap. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Siregar (2016) tentang “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada KFC Cabang Buah Batu Bandung*”. Berdasarkan pengolahan data pada penelitian tersebut, pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk masing-masing mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 71,6%, dan 72,27% pada KFC Cabang Buah Batu Bandung.

Sedangkan pada usaha Bakaran 96° variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,189 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) tidak berpengaruh nyata terhadap Kepuasan Konsumen (Y) apabila variabel lainnya dianggap tetap. Sama halnya dengan yang terjadi pada usaha Kebab Corner tersebut pada usaha Bakaran 96° ini variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) juga tidak memiliki pengaruh yang nyata terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

#### ***Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen***

Pada usaha Kebab Corner variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,875 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya bahwa variabel Kualitas

Pelayanan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh nyata terhadap Kepuasan Konsumen (Y) apabila variabel lainnya dianggap tetap. Hasil tersebut tidak selaras dengan pendapat Tjiptono dan Candra (2011), Ia mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan atau konsumen. konsumen akan sangat memperhatikan kualitas pelayanan dari pengusaha karena akan berdampak pada loyalitas konsumen dengan produk makanan yang mereka beli.

Sedangkan pada usaha Bakaran 96° memiliki hasil yang sama dengan usaha Kebab Corner dimana nilai signifikansi pada variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) didapatkan hasil sebesar  $0,568 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh nyata terhadap Kepuasan Konsumen (Y) apabila variabel lainnya dianggap tetap. Hal ini pun bertolak belakang dengan hasil penelitian dari Carlina (2012) tentang “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Ayam Goreng Fast Food Lokal Di Kota Malang*” yang dimana variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) pada penelitian tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### ***Pengaruh Variabel Kepantasan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen***

Variabel Kepantasan Harga ( $X_4$ ) pada usaha Kebab Corner memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,016 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa variabel Kepantasan Harga ( $X_4$ ) berpengaruh nyata terhadap Kepuasan Konsumen (Y) apabila variabel lainnya dianggap tetap. Tanda koefisien regresi pada variabel keantasan harga ini adalah positif, artinya bahwa semakin pantas harga dari produk usaha (meliputi aspek : harga produk yang terjangkau, harga produk sesuai dengan porsi yang didapatkan, harga produk lebih murah daripada di tempat lain) akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang berbelanja pada usaha Kebab Corner ini. Hasil tersebut selaras dengan pendapat Kaura (2015) yaitu harga dari makanan cepat saji tentu saja akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena apabila harga yang dibayarkan dipersepsikan tidak sesuai dengan makanan yang disajikan, mungkin akan timbul rasa tidak puas dalam benak konsumen.

Sedangkan pada usaha Bakaran 96° memiliki hasil yang sama dengan usaha Kebab Corner dimana nilai signifikansi pada variabel Kepantasan Harga ( $X_4$ ) didapatkan hasil sebesar  $0,065 < 0,1$ , apabila menggunakan probabilitas signifikansi 10%, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa variabel Kepantasan Harga ( $X_4$ ) berpengaruh nyata terhadap Kepuasan Konsumen (Y) apabila variabel lainnya dianggap tetap. Tanda koefisien regresi pada variabel keantasan harga ini adalah positif, artinya bahwa semakin pantas harga dari produk usaha (meliputi aspek : harga produk yang terjangkau, harga produk sesuai dengan porsi yang didapatkan, harga produk lebih murah daripada di tempat lain) akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang berbelanja pada usaha Bakaran 96° ini. Hasil tersebut selaras dengan penelitian dari Carlina (2012) tentang “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Ayam Goreng Fast Food Lokal Di Kota Malang*”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perhitungan analisis regresi linier berganda dari 4 variabel bebas yaitu variabel kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), kualitas pelayanan ( $X_3$ ), dan kemudahan ( $X_4$ ) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli ayam goreng *fast food* lokal di Kota Malang.

#### ***Pengaruh Variabel Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen***

Variabel Nilai Pelanggan ( $X_5$ ) pada usaha Kebab Corner memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,253 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya bahwa variabel Nilai Pelanggan ( $X_5$ ) tidak berpengaruh nyata terhadap Kepuasan Konsumen (Y) apabila

variabel lainnya dianggap tetap. Hasil tersebut bertolak belakang dengan pendapat Tjiptono (2000). Dengan semua usaha yang telah dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan atau mengonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen akan mengharapkan usaha yang telah dikeluarkan sesuai dengan nilai yang dia dapatkan. Pelanggan memiliki harapan atas nilai yang akan didapatkannya sebagai kriteria dasar dalam memaksimalkan nilai. Setelah memilih satu di antara berbagai tawaran, kemudian akan dievaluasi apakah sudah memenuhi harapannya atau belum.

Sedangkan pada usaha Bakaran 96° memiliki hasil yang sama dengan usaha Kebab Corner dimana nilai signifikansi pada variabel Nilai Pelanggan ( $X_5$ ) didapatkan hasil sebesar  $0,259 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya bahwa variabel Nilai Pelanggan ( $X_5$ ) tidak berpengaruh nyata terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) apabila variabel lainnya dianggap tetap.

### **Regresi Gabungan Usaha Kebab Corner Dan Bakaran 96°**

Tabel 4.19. Hasil Uji Regresi Gabungan Usaha Kebab Corner Dan Bakaran 96°

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,223	,445		-,502	,617 -
	Lokasi	,098	,053	,172	1,854	,066 *)
	Kualitas Produk	,053	,041	,130	1,272	,206 NS
	Kualitas Pelayanan	,032	,040	,071	,801	,425 NS
	Kepantasan Harga	,130	,044	,302	2,950	,004 **)
	Nilai Pelanggan	,107	,058	,186	1,859	,066 *)
	Dummy MCS	,084	,193	,045	,434	,665 NS

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Keterangan : NS = Non Signifikan, \*) Signifikansi pada  $\alpha = 10\%$ , \*\*) Signifikansi pada  $\alpha = 5\%$

MCS = Makanan cepat saji

Sumber : Data primer diolah (2023)

Setelah data digabung terdapat penambahan nilai signifikansi pada uji regresi gabungan Usaha Kebab Corner dan Bakaran 96° ini. Pada tabel 4.19 di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel dummy makanan cepat saji yaitu sebesar  $0,665 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya bahwa tidak ada perbedaan antara usaha Kebab Corner dan usaha Bakaran 96° terhadap kepuasan konsumen. jadi apa yang dilakukan di kedua usaha tersebut tidak berbeda dalam hal menghasilkan kepuasan konsumen.

Untuk variabel lainnya terdapat variabel lokasi yang memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,066 < 0,1$  apabila menggunakan probabilitas signifikansi 10%, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa variabel lokasi ini berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen apabila variabel lainnya dianggap tetap. Tanda koefisien regresi pada variabel lokasi ini adalah positif, artinya bahwa semakin baik lokasi akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Sedangkan pada variabel kepantasan harga memiliki nilai yang berbeda dengan variabel lainnya. Pada variabel ini terdapat nilai signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa variabel kepantasan harga ini berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen apabila variabel lainnya dianggap tetap. Tanda koefisien regresi pada variabel kepantasan harga ini adalah positif, artinya bahwa semakin pantas harga akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Pada variabel nilai pelanggan memiliki nilai signifikansi yang sama dengan variabel lokasi yaitu sebesar  $0,066 < 0,1$  apabila menggunakan probabilitas signifikansi 10%, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa variabel nilai pelanggan ini

berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen apabila variabel lainnya dianggap tetap. Tanda koefisien regresi pada variabel nilai pelanggan ini adalah positif, artinya bahwa semakin baik nilai pelanggan akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa : (1) Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap makanan cepat saji pada usaha Kebab Corner dan usaha Bakaran 96° yaitu : a) Usaha Kebab Corner dan usaha Bakaran 96° dengan variabel bebas (Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepantasan Harga, dan Nilai Pelanggan) berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. b) Lokasi berpengaruh signifikan positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada usaha Kebab Corner; semakin baik lokasi usaha maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. c) Kepantasan Harga berpengaruh signifikan positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada usaha Kebab Corner dan usaha Bakaran 96°; semakin pantas harga makanan cepat saji pada kedua usaha maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. (2) Hasil analisis regresi gabungan menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara tingkat kepuasan konsumen pada usaha Kebab Corner dan usaha Bakaran 96°.

### Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diberikan saran sebagai berikut : (1) Diharapkan kepada pemilik usaha Kebab Corner agar lebih memperhatikan pemilihan lokasi usaha karena semakin baik lokasi usaha akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang berbelanja pada usaha ini. (2) Diharapkan kepada pemilik masing-masing usaha agar lebih memperhatikan kepantasan harga pada produk yang diusahakan baik dari segi penetapan harga, porsi produk yang sesuai dengan harga yang ditetapkan maupun harga produk dari kompetitor sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. (3) Diharapkan penelitian selanjutnya dapat membahas variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini sehingga dapat memberikan referensi baru bagi penelitian sejenis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Carlina, Anggun Mella. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Lesehan Aldan Perumnas Caturtunggal Depok Sleman Yogyakarta*. Skripsi S1. Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya Malang. Malang, Indonesia
- Ghozali, I. H . 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (8th Ed)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Parjiono. 2018. *BAB III Metode Penelitian*.  
[http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/29265/G.%20BAB%20III.pdf?sequence=7&isAllowed=y#:~:text=Menurut%20Parjiono%20\(2018%3A178\),0%22%20dan%20%221%22.](http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/29265/G.%20BAB%20III.pdf?sequence=7&isAllowed=y#:~:text=Menurut%20Parjiono%20(2018%3A178),0%22%20dan%20%221%22.) [Diakses Pada Tanggal 7 Agustus 2023].
- Satararuddin. 2020. *Analisis Kualitatif Keberadaan Pedagang Kaki Lima Di Kota Mataram*. Vol 2. No. 2 : 168.