

Pengaruh Lokasi, Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Lalapan Tanta Anna Tondano

Githa Ils Rumambi*, Anggela Aine Adam

Universitas Sari Putra Indonesia Tomohon, Indonesia

Email: githa.rumambi@unsrittomohon.ac.id*, anggelaadam89@unsrittomohon.ac.id

Abstrak

Industri kuliner di Indonesia terus berkembang pesat dan menghadapi persaingan yang semakin ketat, sehingga kepuasan pelanggan menjadi aspek krusial dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Dalam kondisi tersebut, kemampuan usaha kuliner untuk memenuhi dan melampaui harapan pelanggan menjadi kunci untuk menjaga keberlanjutan dan daya saing bisnis. Rumah Makan Lalapan Tanta Anna Tondano, yang telah beroperasi lebih dari 15 tahun, dipilih sebagai objek penelitian karena popularitasnya di masyarakat dan tantangan persaingan dengan usaha sejenis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga, dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan lalapan tanta anna Tondano. Metode penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei, di mana pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitasnya. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh data yang terukur dan objektif sehingga mampu menggambarkan pengaruh variabel penelitian secara lebih akurat. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari pelanggan rumah makan lalapan tanta anna, dan sampel diperoleh dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis melalui regresi linier berganda untuk menguji dampak variabel independen (lokasi, harga, rasa) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi, harga, dan cita rasa berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Di antara faktor-faktor tersebut, rasa terbukti sebagai elemen yang paling berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa sebagian besar perubahan dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Kesimpulan penelitian ini menegaskan pentingnya pengelolaan lokasi usaha, penetapan harga yang sesuai, serta konsistensi cita rasa dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan pemahaman tentang kepuasan konsumen serta memberikan saran praktis bagi para pengusaha kuliner untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memperkuat daya saing usaha.

Kata kunci: lokasi; harga; cita rasa; kepuasan pelanggan;

Abstract

The culinary industry in Indonesia is growing rapidly and facing increasingly fierce competition, making customer satisfaction a crucial factor in maintaining customer loyalty. Lalapan Tanta Anna Tondano Restaurant, which has been operating for over 15 years, was chosen as the research object due to its popularity and the challenges of competition from similar businesses. This study aims to analyze the influence of location, price, and taste on customer satisfaction at Lalapan Tanta Anna Tondano Restaurant. The research method used a quantitative approach using a survey technique using a valid and reliable questionnaire. The study population was the restaurant's customers, with the sample determined using a purposive sampling technique. Data analysis was performed using multiple linear regression to test the effect of the independent variables (location, price, taste) on the dependent variable (customer satisfaction). The results of the study indicate that location, price, and taste have a positive and significant effect on customer satisfaction, both partially and simultaneously. Taste is proven to be the most dominant variable in increasing customer satisfaction and loyalty. The coefficient of determination (R^2) indicates that most of the variation in customer satisfaction can be explained by these three variables. The conclusions of this study emphasize the importance of business location management, appropriate pricing, and consistent taste in creating customer satisfaction. These findings provide theoretical contributions to the development of the concept of customer satisfaction and provide practical recommendations for culinary entrepreneurs in improving service quality and business competitiveness.

Keywords: location; price; taste; customer satisfaction;



PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan merupakan isu global yang krusial dalam industri jasa, termasuk sektor kuliner. Di berbagai negara, persaingan yang intensif mendorong pelaku usaha untuk tidak hanya mempertahankan pelanggan, tetapi juga membangun loyalitas jangka panjang. Dalam konteks global, kepuasan pelanggan diakui sebagai prediktor utama dari loyalitas konsumen, profitabilitas, dan keberlanjutan bisnis (Oliver, 2014; Zeithaml et al., 2018). Ketidakpuasan pelanggan dapat berakibat pada penurunan pendapatan, reputasi negatif melalui word-of-mouth, dan kesulitan dalam mempertahankan pangsa pasar (Aditya, Trarintya, & Mashyuni, 2024; Buabeng & Amo-Darko, 2025; Raghunathan et al., 2022; Zamzami, 2020). Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menjadi prioritas strategis bagi pelaku usaha kuliner di seluruh dunia.

Sektor kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cepat dengan tingkat kompetisi yang semakin intens (Bakri & Rukaiyah, 2025; Pamungkas, 2016; Setiawardani, 2022; Syafikri, 2025). Dalam kondisi tersebut, kepuasan pelanggan menjadi elemen krusial untuk menjaga keberlanjutan loyalitas konsumen. Keanekaragaman budaya dan tradisi kuliner di setiap daerah menjadikan usaha makanan sebagai peluang bisnis yang menjanjikan. Namun, kemajuan yang cepat ini juga menciptakan persaingan yang semakin sengit di antara para pelaku bisnis. Dalam kondisi tersebut, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci yang menentukan keberlangsungan dan keberhasilan suatu usaha kuliner (Kotler & Armstrong, 2016).

Kepuasan pelanggan dalam industri kuliner tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk semata, tetapi juga oleh berbagai dimensi pengalaman konsumsi yang meliputi lokasi, harga, dan cita rasa. Menurut Zeithaml et al. (2018), kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi holistik terhadap seluruh elemen layanan yang diterima. Dalam konteks rumah makan, lokasi yang strategis memfasilitasi aksesibilitas dan kenyamanan (Tjiptono, 2019), harga yang wajar menciptakan persepsi nilai yang positif (Monroe, 2003), sementara cita rasa yang konsisten membangun pengalaman sensorik yang memuaskan dan mendorong pembelian berulang. Integrasi ketiga faktor ini secara sinergis dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan dan membedakan sebuah usaha kuliner dari kompetitornya.

Rumah Makan Lalapan Tanta Anna Tondano adalah salah satu usaha kuliner yang telah beroperasi lebih dari 15 tahun di Kota Tondano, Sulawesi Utara. Keberadaan rumah makan ini menunjukkan adanya penerimaan positif dari masyarakat, namun di sisi lain menghadapi persaingan dengan usaha sejenis yang berada di lokasi berdekatan. Faktor lokasi yang strategis, harga yang relatif terjangkau, serta cita rasa yang konsisten menjadi daya tarik utama bagi pelanggan. Meski demikian, keterbatasan fasilitas seperti lahan parkir dan persaingan harga menuntut pengelola untuk terus meningkatkan kualitas layanan agar dapat mempertahankan loyalitas konsumen.

Lokasi usaha berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang mudah diakses, memiliki visibilitas tinggi, serta didukung fasilitas yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan (Tjiptono, 2017). Selain itu, biaya menjadi salah satu faktor penting dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) harga adalah “sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau sejumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Di sisi lain, cita rasa merupakan faktor dominan yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Konsistensi rasa, kualitas bahan, dan penyajian yang menarik dapat membangun pengalaman kuliner yang menyenangkan dan mendorong pelanggan untuk kembali (Husna et al., 2021; Hariyanto et al., 2022).

Kepuasan pelanggan sendiri dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau layanan dengan harapannya (Kotler & Keller, 2016). Dalam usaha bisnis makanan, tingkat kepuasan konsumen ditentukan tidak

hanya oleh mutu makanan yang disajikan, tetapi juga oleh aspek-aspek lain seperti harga yang kompetitif, tempat yang mudah diakses, serta atmosfer dan pelayanan yang ditawarkan. Dengan demikian, pelaku usaha di bidang kuliner perlu memahami dan mengatur elemen-elemen tersebut agar dapat memberikan pengalaman makan yang memuaskan dan mendorong pelanggan untuk setia.

Melalui wawancara dengan pemilik usaha, rumah makan ayam lalapan menjadi salah satu pilihan favorit masyarakat tetapi terdapat beberapa persepsi dari pelanggan yaitu dari segi lokasi sudah terbilang strategis, tetapi ada pesaing yang menjual ayam lalapan yang bersebelahan dan fasilitas tempat parkir yang tidak terlalu luas, serta ada persaingan harga. Dengan memahami dan mengatasi permasalahan yang terkait dengan setiap faktor ini, rumah makan ayam lalapan dituntut untuk menciptakan pengalaman makan yang memuaskan dan membangun loyalitas pelanggan. Tingginya persaingan di sektor ini mengharuskan para pelaku bisnis untuk mengetahui elemen yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan demi menjaga agar mereka tetap setia.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengeksplorasi pengaruh lokasi, harga, dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks industri kuliner, namun dengan fokus dan temuan yang beragam. Tombeng et al. (2019) meneliti pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado, dan menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Studi ini menekankan pentingnya penetapan harga yang kompetitif dalam menciptakan kepuasan pelanggan di industri rumah makan.

Sementara itu, Claudia dan Mohammad (2021) menganalisis pengaruh lokasi, harga, dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Batu Mandi di Sampit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cita rasa memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan (t hitung $4,226 > t$ tabel $1,987$; sig. $0,000 < 0,05$), mengindikasikan bahwa konsistensi dan kualitas rasa menjadi faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas konsumen di daerah tersebut. Husna et al. (2021) melakukan studi tentang pengaruh kualitas pelayanan, promosi, harga, kualitas produk, dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuya. Penelitian ini menemukan bahwa cita rasa dan harga merupakan variabel yang paling signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan, sementara lokasi tidak diteliti secara eksplisit dalam model mereka. Sumiyati dan Soliha (2020) mengeksplorasi pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Upnormal Semarang. Temuan mereka menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks usaha kuliner yang berorientasi pada segmen pasar urban.

Meskipun penelitian-penelitian tersebut telah memberikan kontribusi penting, terdapat beberapa celah riset yang perlu diisi. Pertama, sebagian besar studi terdahulu menggunakan sampel dari kota-kota besar atau daerah urban, sementara konteks geografis dan demografis daerah kabupaten seperti Tondano yang memiliki karakteristik pasar dan preferensi konsumen yang berbeda belum banyak dieksplorasi. Kedua, integrasi simultan dari ketiga variabel (lokasi, harga, dan cita rasa) dalam satu model penelitian yang komprehensif masih jarang dilakukan, padahal ketiga faktor ini sering kali berinteraksi secara sinergis dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ketiga, penelitian terdahulu cenderung bersifat deskriptif tanpa menganalisis secara mendalam variabel mana yang memiliki pengaruh dominan dalam konteks spesifik rumah makan tradisional yang telah beroperasi dalam jangka waktu lama.

Urgensi penelitian ini didorong oleh beberapa faktor kontekstual yang relevan. Pertama, Rumah Makan Lalapan Tanta Anna Tondano telah beroperasi selama lebih dari 15 tahun, namun saat ini menghadapi tantangan persaingan yang meningkat dari usaha sejenis di lokasi yang berdekatan, serta keterbatasan fasilitas seperti lahan parkir yang terbatas. Kondisi ini menuntut pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang secara efektif dapat

mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kedua, dinamika konsumen di era digital saat ini menunjukkan bahwa ekspektasi pelanggan terhadap kombinasi lokasi strategis, harga yang wajar, dan kualitas rasa yang konsisten semakin tinggi, sehingga pemahaman komprehensif tentang interaksi ketiga faktor ini menjadi sangat penting. Ketiga, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis yang aplikatif bagi pengelola rumah makan dan pelaku usaha kuliner lainnya dalam konteks pasar lokal Tondano dan daerah dengan karakteristik serupa.

Kebaruan penelitian ini terletak pada tiga aspek utama. Pertama, penelitian ini mengintegrasikan ketiga variabel (lokasi, harga, dan cita rasa) dalam satu model analisis regresi berganda yang komprehensif, memungkinkan identifikasi variabel yang paling dominan dalam konteks spesifik Rumah Makan Lalapan Tanta Anna Tondano. Kedua, konteks geografis penelitian—daerah kabupaten Tondano, Sulawesi Utara—merekpresentasikan pasar dengan karakteristik demografis, budaya konsumsi, dan preferensi kuliner yang berbeda dari kota-kota besar yang umumnya menjadi lokus penelitian terdahulu. Ketiga, penelitian ini tidak hanya menganalisis pengaruh parsial dari masing-masing variabel, tetapi juga pengaruh simultan, sehingga memberikan pemahaman yang lebih holistik tentang dinamika kepuasan pelanggan dalam industri kuliner tradisional. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mengisi celah riset yang ada dan memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis.

Berdasarkan penjelasan yang ada, studi ini dilaksanakan untuk menganalisis pengaruh dari lokasi, harga, dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Lalapan Tanta Anna Tondano. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan tentang kepuasan konsumen serta saran yang praktis bagi para pelaku usaha kuliner untuk meningkatkan kualitas layanan, strategi pemasaran, dan daya saing usaha mereka.

Berdasarkan penjelasan yang ada, studi ini dilaksanakan untuk menganalisis pengaruh dari lokasi, harga, dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Lalapan Tanta Anna Tondano. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan; (2) menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan; (3) menganalisis pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan; dan (4) menganalisis pengaruh simultan lokasi, harga, dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Lalapan Tanta Anna Tondano. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan pemahaman tentang kepuasan konsumen dalam konteks industri kuliner tradisional di daerah kabupaten, serta memberikan saran yang praktis bagi para pelaku usaha kuliner untuk meningkatkan kualitas layanan, strategi pemasaran, dan daya saing usaha mereka dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan (Sugiyono 2016).

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori (explanatory research), yaitu jenis penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, variabel independen terdiri atas lokasi (X_1), harga (X_2), dan cita rasa (X_3), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y). Melalui pendekatan ini, penelitian berupaya mengidentifikasi sejauh mana ketiga variabel

tersebut memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Lalapan Tanta Anna Tondano.

Populasi dan Sampel

Populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan nya (Sugiyono 2018). Populasi yang dimaksud yaitu seluruh pelanggan Rumah Makan Lalapan Tanta Anna Tondano. Sugiyono (2017), purposive merupakan metode pengambilan data yang didasarkan pada kriteria tertentu. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari pelanggan Lalapan Tanta Anna Tondano, yang dipilih dengan teknik purposive sampling, yaitu pelanggan yang telah melakukan pembelian setidaknya dua kali dalam periode tiga bulan terakhir.

Jumlah sampel: Penghitungan dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh jumlah responden yang bisa mewakili.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang menggunakan skala Likert dari 1 hingga 5 (sangat tidak setuju sampai sangat setuju). Kuesioner ini disusun berdasarkan beberapa indikator: Lokasi: kemudahan akses, keterlihatan, tempat parkir, serta kondisi lingkungan. Harga: kemampuan untuk dibeli, kesesuaian dengan nilai yang diberikan, dan daya saing. Cita rasa: bau, rasa, tekstur, dan konsistensi. Kepuasan pelanggan: kesesuaian dengan harapan, pengalaman yang memuaskan, serta loyalitas. Instrumen ini diuji melalui validitas (Pearson Product Moment) dan reliabilitas (Cronbach's Alpha).

Teknik Pengumpulan Data

Data primer didapatkan melalui distribusi kuesioner kepada para responden. Data sekunder didapatkan dari buku, artikel dan laporan penelitian yang sebelumnya ada dan berkaitan. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawab (Sugiyono 2012). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan model skala likert.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan software statistik. Analisis mencakup:

1. Pengujian asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas).
2. Pengujian parsial (uji t) untuk menilai dampak masing-masing variabel independen terhadap kepuasan pelanggan.
3. Pengujian simultan (uji F) untuk menilai pengaruh lokasi, harga, dan cita rasa secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen berkontribusi pada variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden dan Uji Instrumen

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pelanggan Rumah Makan Lalapan Tanta Anna Tondano yang telah melakukan pembelian minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir. Berdasarkan karakteristik demografis, responden didominasi oleh kelompok

usia 25-40 tahun (62%), diikuti usia 41-55 tahun (23%), dan sisanya berusia di bawah 25 tahun serta di atas 55 tahun. Sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki (58%) dan perempuan (42%), dengan latar belakang pekerjaan yang beragam, meliputi karyawan swasta (45%), wiraswasta (28%), pegawai negeri sipil (18%), dan mahasiswa/pelajar (9%).

Uji validitas dilakukan menggunakan metode Pearson Product Moment dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel pada taraf signifikansi 5% (r tabel = 0,195 untuk $n=100$). Hasil uji menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel lokasi (X_1), harga (X_2), cita rasa (X_3), dan kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai r hitung $> r$ tabel, sehingga seluruh item dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan kriteria bahwa instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,812, harga sebesar 0,829, cita rasa sebesar 0,857, dan kepuasan pelanggan sebesar 0,843. Dengan demikian, seluruh variabel penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dan konsisten untuk mengukur konstruk yang diteliti.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, dilakukan pengujian asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi syarat Best Linear Unbiased Estimator (BLUE). Hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,127 ($> 0,05$), yang berarti data residual terdistribusi normal.

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Hasil menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki nilai VIF sebesar 1,452 (Tolerance = 0,689), harga memiliki nilai VIF sebesar 1,687 (Tolerance = 0,593), dan cita rasa memiliki nilai VIF sebesar 1,524 (Tolerance = 0,656). Karena seluruh nilai VIF < 10 dan Tolerance $> 0,10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser. Hasil menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel lokasi adalah 0,421, harga 0,357, dan cita rasa 0,489, semuanya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi, yang berarti varians residual bersifat homogen.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,737 + 0,067X_1 + 0,158X_2 + 0,137X_3$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 3,737 menunjukkan bahwa jika variabel lokasi, harga, dan cita rasa bernilai nol atau tidak mengalami perubahan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan berada pada level 3,737 satuan.
2. Koefisien regresi variabel lokasi (X_1) sebesar 0,067 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel lokasi akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,067 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Koefisien regresi variabel harga (X_2) sebesar 0,158 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel harga akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,158 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.
4. Koefisien regresi variabel cita rasa (X_3) sebesar 0,137 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel cita rasa akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,137 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.737	.550		6.800	.000
Lokasi	.067	.017	.232	3.902	.000
Harga	.158	.035	.353	4.495	.000
Cita Rasa	.137	.025	.415	5.462	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil Uji t (parsial), diperoleh nilai signifikansi dari pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3.902 > 1,66039$. Yang artinya variabel Lokasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lidia Kurnia Sari, Euis Soliha (2018) lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Lokasi sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Lokasi merupakan faktor penting yang secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan ayam lalapan tanta anna. Di lihat dari Aksesibilitas, visibilitas, lingkungan sekitar, ketersediaan parkir, dan dekat dengan pusat keramaian adalah aspek-aspek kunci yang harus diperhatikan dalam pemilihan lokasi. Dengan memahami pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan, rumah makan dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan, serta membangun loyalitas pelanggan yang kuat. Penelitian lebih lanjut dalam konteks lokal dan budaya dapat memberikan wawasan tambahan untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji t (Parsial) Menunjukkan bahwa nilai signifikansi Pengaruh Variabel Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4.495 > 1,66039$ Variabel Harga (X2). Harga merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Lalapan Tanta Anna, karena kesesuaian antara harga dan kualitas yang diterima akan menentukan persepsi pelanggan terhadap nilai yang diberikan. Kesepadanan harga dengan kualitas, keterjangkauan, transparansi, penawaran diskon, dan perbandingan harga dengan kompetitor adalah aspek-aspek yang harus diperhatikan dalam penetapan harga. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Tombeng dkk (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. variabel harga berpengaruh positif dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan oci.

Dengan mengetahui pengaruh harga terdapat kepuasan pelanggan, rumah makan dapat merancang strategi harga yang tepat untuk meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan, serta mendukung kelangsungan usaha. Penelitian tambahan diperlukan untuk memperdalam pemahaman mengenai hubungan antara harga dan kepuasan pelanggan dalam berbagai konteks yang lebih spesifik.

Pengaruh Cita Rasa terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian t (parsial), ditunjukkan bahwa nilai signifikansi dari pengaruh cita rasa (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5.462 > 1,66039$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel cita rasa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Cita rasa adalah elemen penting yang berdampak pada kepuasan pelanggan di restoran ayam lalapan. Aspek-aspek seperti kualitas bahan baku, konsistensi rasa, keunikan, keseimbangan rasa, dan penyajian makanan berperan penting dalam membentuk pengalaman kuliner yang memuaskan. Dengan fokus pada peningkatan cita rasa, rumah makan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, membangun reputasi yang baik, dan mendorong keputusan pembelian yang positif. Penelitian ini sejalan dengan karya yang dilakukan oleh Claudia Meiliana pada tahun 20221 mengenai dampak lokasi, harga, dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Batu Mandi yang berada di Sampit. Berdasarkan uji- t (secara parsial), hasil menunjukkan bahwa cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Batu Mandi. Berdasarkan pada uji- t (parsial) menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Batu Mandi. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel $4,226 > 1,987$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memperluas wawasan selera pelanggan dan bagaimana elemen lain dapat saling terkait dengan rasa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan bagaimana faktor-faktor lain dapat berinteraksi dengan cita rasa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Lokasi, Harga dan Cita Rasa secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

Dari hasil uji F (Simultan) diperoleh F_{hitung} sebesar 147.958 dengan tingkat signifikansi 0,000. karena taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, dan $F_{hitung} 147.958 > F_{tabel}$ lebih kecil dari 2,70 hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersamaan antara variabel Lokasi (X_1), Harga (X_2), dan Cita Rasa (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Peneliti berpendapat bahwa dengan lokasi yang strategis lokasi dari pada Rumah Makan yang baik dan suku bunga kredit yang baik nantinya berpengaruh baik kepada keberlangsungan usaha Lokasi merupakan faktor penting yang secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan ayam lalapan. Aksesibilitas, visibilitas, lingkungan sekitar, ketersediaan parkir, dan dekat dengan pusat keramaian adalah aspek-aspek kunci yang harus diperhatikan dalam pemilihan lokasi. Dengan memahami pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan, rumah makan dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan, serta membangun loyalitas pelanggan yang kuat.

KESIMPULAN

Lokasi memiliki pengaruh yang baik dan berarti pada kepuasan konsumen. Lokasi yang strategis, mudah diakses, serta didukung fasilitas yang memadai mampu meningkatkan kenyamanan dan pengalaman pelanggan dalam berkunjung ke Rumah Makan Lalapan Tanta Anna Tondano. Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam menetapkan harga yang wajar sejalan dengan kualitas produk menciptakan pandangan positif tentang nilai yang diperoleh pembeli, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan. Harga memiliki dampak yang baik dan penting pada

kepuasan konsumen. Menetapkan harga yang wajar dan sejalan dengan kualitas produk menciptakan pandangan positif tentang nilai yang diperoleh pembeli, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan. Cita rasa terbukti menjadi faktor dominan yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Konsistensi rasa, kualitas bahan, dan penyajian yang menarik memberikan pengalaman kuliner yang menyenangkan dan menjadi alasan utama pelanggan untuk kembali. Secara simultan, lokasi, harga, dan cita rasa memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berasal dari gabungan berbagai unsur yang saling mendukung, bukan hanya dipengaruhi oleh satu aspek saja.

REFERENSI

- Claudia M dan Mohammad, Y. Pengaruh Lokasi, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Batu Mandi Di Sampit
- Husna, A., Zuriani, Z., & Sumitro, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuya. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*
- Kotler, P. dan Kevin, K. 2016. *Marketing Management*. 15th edition. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Sumiyati dan Soliha, Euis. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Warung Upnormal Semarang). *Proceeding SENDIU 2020*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung:CV. Alfabeta
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.
- Tombeng dkk (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan raja oci Manado. Vol. 7 No. 1 (2019): JE VOL 7 NO 1 (2019). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22918>
- Aditya, Si Putu Bagus Arya, Trarintya, Mirah Ayu Putri, & Mashyuni, Ida Ayu. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Social Media Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Kinou di Kabupaten Badung. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(5), 978–991.
- Bakri, Adzan Noor, & Rukaiyah, Siti. (2025). Kuliner Lokal di Ambang Krisis: Bagaimana Dominasi Kuliner Asing Mengubah Pola Konsumsi dan Mengancam Keberlanjutan Bisnis Tradisional. *ADL ISLAMIC ECONOMIC*, 6(1), 59–76.
- Buabeng, Isaac, & Amo-Darko, Bridget. (2025). Curriculum reforms without foundation: The effects of inadequate preparation in curriculum reforms on Ghanaian teachers and the education system. *Curriculum Perspectives*.
- Pamungkas, Damar Purba. (2016). Analisis competitive force dan competitive strategy sistem informasi kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina. id). *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, 1(2), 118–127.
- Raghunathan, Kalpana, McKenna, Lisa, Peddle, Monica, Raghunathan, Kalpana, McKenna, Lisa, & Peddle, Monica. (2022). Factors in integrating academic electronic medical records in nursing curricula: A qualitative multiple case studies approach. *Nurse Education Today*.
- Setiawardani, Maya. (2022). Peran Inovasi Dalam Membangun Keunggulan Bersaing Sektor

- UMKM Bidang Kuliner Pascadisrupsi Akibat Pandemi Covid 19 Di Kota Bandung: The Role of Innovation in Building Competitive Advantage of the MSME Sector in the Culinary Sector Post-Disruption Due to the Covid-19 Pandemic in the City of Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 8(1), 25–38.
- Syafikri, Muh Dzulkarnain. (2025). Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Warung Giri Jogja di Platform GoFood. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 773–784.
- Zamzami, Abid. (2020). Pelaksanaan Fungsi Hukum Administrasi Negara Dalam Mewujudkan Pemerintahan Yang Baik. *Yurispruden*.
- Aditya, Si Putu Bagus Arya, Trarintya, Mirah Ayu Putri, & Mashyuni, Ida Ayu. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Social Media Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Kinou di Kabupaten Badung. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(5), 978–991.
- Aditya, Si Putu Bagus Arya, Trarintya, Mirah Ayu Putri, & Mashyuni, Ida Ayu. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Social Media Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Kinou di Kabupaten Badung. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(5), 978–991.
- Buabeng, Isaac, & Amo-Darko, Bridget. (2025). Curriculum reforms without foundation: The effects of inadequate preparation in curriculum reforms on Ghanaian teachers and the education system. *Curriculum Perspectives*.
- Aditya, Si Putu Bagus Arya, Trarintya, Mirah Ayu Putri, & Mashyuni, Ida Ayu. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Social Media Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Kinou di Kabupaten Badung. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(5), 978–991.
- Buabeng, Isaac, & Amo-Darko, Bridget. (2025). Curriculum reforms without foundation: The effects of inadequate preparation in curriculum reforms on Ghanaian teachers and the education system. *Curriculum Perspectives*.
- Raghunathan, Kalpana, McKenna, Lisa, Peddle, Monica, Raghunathan, Kalpana, McKenna, Lisa, & Peddle, Monica. (2022). Factors in integrating academic electronic medical records in nursing curricula: A qualitative multiple case studies approach. *Nurse Education Today*.
- Aditya, Si Putu Bagus Arya, Trarintya, Mirah Ayu Putri, & Mashyuni, Ida Ayu. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Social Media Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Kinou di Kabupaten Badung. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(5), 978–991.

- Buabeng, Isaac, & Amo-Darko, Bridget. (2025). Curriculum reforms without foundation: The effects of inadequate preparation in curriculum reforms on Ghanaian teachers and the education system. *Curriculum Perspectives*.
- Raghunathan, Kalpana, McKenna, Lisa, Peddle, Monica, Raghunathan, Kalpana, McKenna, Lisa, & Peddle, Monica. (2022). Factors in integrating academic electronic medical records in nursing curricula: A qualitative multiple case studies approach. *Nurse Education Today*.
- Zamzami, Abid. (2020). Pelaksanaan Fungsi Hukum Administrasi Negara Dalam Mewujudkan Pemerintahan Yang Baik. *Yurispruden*.
- Aditya, Si Putu Bagus Arya, Trarintya, Mirah Ayu Putri, & Mashyuni, Ida Ayu. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Social Media Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Kinou di Kabupaten Badung. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(5), 978–991.
- Buabeng, Isaac, & Amo-Darko, Bridget. (2025). Curriculum reforms without foundation: The effects of inadequate preparation in curriculum reforms on Ghanaian teachers and the education system. *Curriculum Perspectives*.
- Pamungkas, Damar Purba. (2016). Analisis competitive force dan competitive strategy sistem informasi kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina. id). *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, 1(2), 118–127.
- Raghunathan, Kalpana, McKenna, Lisa, Peddle, Monica, Raghunathan, Kalpana, McKenna, Lisa, & Peddle, Monica. (2022). Factors in integrating academic electronic medical records in nursing curricula: A qualitative multiple case studies approach. *Nurse Education Today*.
- Zamzami, Abid. (2020). Pelaksanaan Fungsi Hukum Administrasi Negara Dalam Mewujudkan Pemerintahan Yang Baik. *Yurispruden*.
- Aditya, Si Putu Bagus Arya, Trarintya, Mirah Ayu Putri, & Mashyuni, Ida Ayu. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Social Media Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Kinou di Kabupaten Badung. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(5), 978–991.
- Bakri, Adzan Noor, & Rukaiyah, Siti. (2025). Kuliner Lokal di Ambang Krisis: Bagaimana Dominasi Kuliner Asing Mengubah Pola Konsumsi dan Mengancam Keberlanjutan Bisnis Tradisional. *ADL ISLAMIC ECONOMIC*, 6(1), 59–76.
- Buabeng, Isaac, & Amo-Darko, Bridget. (2025). Curriculum reforms without foundation: The effects of inadequate preparation in curriculum reforms on Ghanaian teachers and the education system. *Curriculum Perspectives*.

- Pamungkas, Damar Purba. (2016). Analisis competitive force dan competitive strategy sistem informasi kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina. id). *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, 1(2), 118–127.
- Raghunathan, Kalpana, McKenna, Lisa, Peddle, Monica, Raghunathan, Kalpana, McKenna, Lisa, & Peddle, Monica. (2022). Factors in integrating academic electronic medical records in nursing curricula: A qualitative multiple case studies approach. *Nurse Education Today*.
- Zamzami, Abid. (2020). Pelaksanaan Fungsi Hukum Administrasi Negara Dalam Mewujudkan Pemerintahan Yang Baik. *Yurispruden*.
- Aditya, Si Putu Bagus Arya, Trarintya, Mirah Ayu Putri, & Mashyuni, Ida Ayu. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Social Media Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Kinou di Kabupaten Badung. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(5), 978–991.
- Bakri, Adzan Noor, & Rukaiyah, Siti. (2025). Kuliner Lokal di Ambang Krisis: Bagaimana Dominasi Kuliner Asing Mengubah Pola Konsumsi dan Mengancam Keberlanjutan Bisnis Tradisional. *ADL ISLAMIC ECONOMIC*, 6(1), 59–76.
- Buabeng, Isaac, & Amo-Darko, Bridget. (2025). Curriculum reforms without foundation: The effects of inadequate preparation in curriculum reforms on Ghanaian teachers and the education system. *Curriculum Perspectives*.
- Pamungkas, Damar Purba. (2016). Analisis competitive force dan competitive strategy sistem informasi kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina. id). *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, 1(2), 118–127.
- Raghunathan, Kalpana, McKenna, Lisa, Peddle, Monica, Raghunathan, Kalpana, McKenna, Lisa, & Peddle, Monica. (2022). Factors in integrating academic electronic medical records in nursing curricula: A qualitative multiple case studies approach. *Nurse Education Today*.
- Setiawardani, Maya. (2022). Peran Inovasi Dalam Membangun Keunggulan Bersaing Sektor UMKM Bidang Kuliner Pascadisrupsi Akibat Pandemi Covid 19 Di Kota Bandung: The Role of Innovation in Building Competitive Advantage of the MSME Sector in the Culinary Sector Post-Disruption Due to the Covid-19 Pandemic in the City of Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 8(1), 25–38.
- Zamzami, Abid. (2020). Pelaksanaan Fungsi Hukum Administrasi Negara Dalam Mewujudkan Pemerintahan Yang Baik. *Yurispruden*.
- Aditya, Si Putu Bagus Arya, Trarintya, Mirah Ayu Putri, & Mashyuni, Ida Ayu. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Social Media Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Kinou di Kabupaten Badung. *WidyaAmrita: Jurnal*

Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata, 4(5), 978–991.

Bakri, Adzan Noor, & Rukaiyah, Siti. (2025). Kuliner Lokal di Ambang Krisis: Bagaimana Dominasi Kuliner Asing Mengubah Pola Konsumsi dan Mengancam Keberlanjutan Bisnis Tradisional. *ADL ISLAMIC ECONOMIC*, 6(1), 59–76.

Buabeng, Isaac, & Amo-Darko, Bridget. (2025). Curriculum reforms without foundation: The effects of inadequate preparation in curriculum reforms on Ghanaian teachers and the education system. *Curriculum Perspectives*.

Pamungkas, Damar Purba. (2016). Analisis competitive force dan competitive strategy sistem informasi kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina. id). *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, 1(2), 118–127.

Raghunathan, Kalpana, McKenna, Lisa, Peddle, Monica, Raghunathan, Kalpana, McKenna, Lisa, & Peddle, Monica. (2022). Factors in integrating academic electronic medical records in nursing curricula: A qualitative multiple case studies approach. *Nurse Education Today*.

Setiawardani, Maya. (2022). Peran Inovasi Dalam Membangun Keunggulan Bersaing Sektor UMKM Bidang Kuliner Pascadisrupsi Akibat Pandemi Covid 19 Di Kota Bandung: The Role of Innovation in Building Competitive Advantage of the MSME Sector in the Culinary Sector Post-Disruption Due to the Covid-19 Pandemic in the City of Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 8(1), 25–38.

Syafikri, Muh Dzulkarnain. (2025). Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Warung Giri Jogja di Platform GoFood. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 773–784.

Zamzami, Abid. (2020). Pelaksanaan Fungsi Hukum Administrasi Negara Dalam Mewujudkan Pemerintahan Yang Baik. *Yurispruden*.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).