

# Ediyanto

*by Afri Prayudi*

---

**Submission date:** 31-Jan-2023 02:36PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2003195503

**File name:** 3.\_Ediyanto\_Growth\_3.docx (153.88K)

**Word count:** 5517

**Character count:** 38855

**PENGARUH KUALITAS PRODUK HARGA DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA KERAJINAN KERANG UD KERANG  
MURAH JAYA PANARUKAN KABUPATEN SITUBONDO**

Ediyanto  
[ediyanto@unars.ac.id](mailto:ediyanto@unars.ac.id)  
Universitas Abdurachman Saleh  
Situbondo

Minullah  
[minullah@unars.ac.id](mailto:minullah@unars.ac.id)  
Universitas Abdurachman Saleh  
Situbondo

**Abstract**

*His study aims (1) To determine the partial effect of product quality variables ( $X_1$ ), price ( $X_2$ ) and location ( $X_3$ ) on consumer satisfaction ( $Y$ ). (2) To determine the simultaneous influence of product quality variables ( $X_1$ ), price ( $X_2$ ) and location ( $X_3$ ) on consumer satisfaction ( $Y$ ). (3) To find out among the product quality variables ( $X_1$ ), price ( $X_2$ ) and location ( $X_3$ ) that have a dominant influence on customer satisfaction ( $Y$ ). Data collection techniques used Observation, Interview, Questionnaire, and Literature Study. Data Analysis Validity Test, Reliability Test, Classic Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, t Test, F Test, Dominant Test and Determination Coefficient Test. The results of the study are the equation of multiple linear regression  $Y = 3,716E-17 + 0,683X_1 + 0,226X_2 + 0,003X_3 + e$ . Partially, product quality has a significant positive effect with  $t_{count}$  greater than  $t$  table  $10.035 > t$  table  $1.986$  or sig  $0.000 < 0.050$ , the price indicates a value of  $3.319 > t$  table  $1.986$  or sig  $0.001 < 0.050$  location indicates a value of  $0.053 < t$  table  $1.986$  or sig  $0.958 > 0.050$ . F test is known to know that  $F_{count} 49.070 > F$  table  $2.70$  and a significant value of  $F 0.000 < 0.050$ , then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. The dominant influential variable is product quality received.*

*Keywords: product quality, price, location and consumer satisfaction*

**I. PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang menjadi dalam dunia bisnis modern. Bisnis merupakan suatu aktivitas yang menawarkan jasa atau menjual barang kepada konsumen, dengan perolehan laba. "Laba", di sanalah kita menaruh harapan guna penghasilan yang lebih baik. Yang kita harus pahami bahwa bisnis tidak berbicara untung-rugi, kreativitas pikir dan memanfaatkan peluang merupakan faktor penentu keberhasilan lagka anda. Idealnya, aktivitas bisnis harus mendarang keuntungan. Usaha, waktu, dan hasil berfikir anda banyak di hargai dengan kepuasan yang di dapat.

Pemasaran merupakan aktifitas yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Menurut Kotler dan Keller (2009:5) "mengemukakan bahwa pemasaran adalah mengidentifikasi dn memenuhi kebutuhan manusia dan social". Menurut Abdullah dan Tanri (2016:14) pemasaran adalah " suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapat kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain".

Kerajinan Kerang UD Kerang murah jaya yang berdiri sejak tahun 1990an sampai sekarang, usaha kerajinan kerang ini merupakan salah satu usaha keluarga pada saat ini usah

tersebut di dimiliki oleh Bapak Arifin dan di bantu oleh keluarganya. Terletak di kilensari panarukan Kabupaten Situbondo. Kerajinan kerang ini memproduksi berbagai macam hiasan selain itu pemilik kerajinan juga mengirim kerajinan kerang ke luar kota sebagai souvenir.

Kualitas produk yang di tawarkan dikerajinan kerang UD Kerang murah jaya sangatlah menarik dan bagus, terutama pada tekstur kerang yang sudah di permis dan halus, juga kerajinan kerang tersebut tahan lama, terutama pada bagian pengikat yang di beri lapisan berupa cairan penguat, agar kualitas kerang tetap terjaga, kerajinan yang dibuat cukup beragam, dari hiasan ruang tamu, hiasan lagit-lagit ruangan dan hiasan ding-ding, produk kerajinan kerang tersebut mampu bersaing di kalangan pengrajin kerang lainnya, kerajinan kerang tersebut juga mengirim produk ke luar kota.

Harga yang ditawarkan, sangat kompetitif dengan harga pasaran lainnya, dengan varian produk yang beragam, dalam menentukan harga pemilik usaha melihat dari bentuk ukuran kerajinan kerang yang di buat, dari yang kecil, sedang, sampai yang besar dengan kisaran harga 20.000 – 500.000, pemilik usaha juga melakukan pembedaan harga, apabila konsumen membeli dengan jumlah banyak, pemilik akan membedakan harga dengan harga perunit, dari hal itu pemilik usaha dapat mempertahankan konsumen dari segi harga yang di tawarkan di pasaran.

Lokasi kerajinan kerang terletak di Desa di Kilensari panarukan Kabupaten Situbondo, lokasi tersebut tepatnya terletak tidak jauh dari pantai dermaga panarukan sekitar

kurang lebih 100 meter dari jalan raya, dari segi tempat, kerajinan kerang tersebut sangat strategis, dikarena letaknya dekat dengan jalan pantura yang ramai, selain itu jalan raya tersebut juga menghubungkan akses jalan Surabaya menuju banyuwangi, sehingga konsumen dapat dengan mudah sampai ke tempat pembuatan kerajinan kerang.

Dilihat dari kepuasan konsumen di UD Kerang murah jaya pada tahun sebelumnya dengan saat ini sangatlah bedah, menurut pemilik saat ini untuk pembuatan kerajinan bertambah, biasanya dalam 1 bulan Pak Arifin hanya menghabiskan 8-13 karung kulit kerang, melainkan pada saat ini bisa menghabiskan 15-30 dalam kurun waktu 1 bulan, konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan UD Kerang murah jaya.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti apakah Kualitas produk, Harga dan Lokasi pada kerajinan kerang UD Kerang murah jaya memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu penulis mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kerajinan Kerang UD Kerang Murah Jaya Panarukan Kabupaten Situbondo ”

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)**

Kotler, (2009:15) produk adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan”. Menurut Kotler, (2009:291) tiga Indikator yaitu:

- 1) X<sub>1.1</sub> Fitur produk yaitu dimensi yang unik dan banyak menawarkan aspek emosional dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- 2) X<sub>1.2</sub> Daya tahan dimensi ini menjelaskan seberapa jauh suatu produk dapat bertahan dan menyamai standar atau spesifikasi tertentu.
- 3) X<sub>1.3</sub> Mudah digunakan menjeaskan suatu produk yang tidak susah di aplikasikan atau di tempatkan dimana saja.

### **Harga (X<sub>2</sub>)**

Kotler dan Amstrong (2013:132), “harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa”. Menurut Kotler dan Amstrong (2013:300) ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

- 1) X<sub>2.1</sub> Keterjangkauan harga yaitu harga produk yang bisa dijadikan oleh para konsumen
- 2) X<sub>2.2</sub> Kesesuaian harga dengan kualitas produk yaitu produk atau jasa yang ditawarkan disesuaikan dengan selera dan status dengan tidak mengabaikan kualitas produk perusahaan.
- 3) X<sub>2.3</sub> Daya saing harga yaitu perusahaan mendasarkan sebagai besar harga pada harga pesing, mengenakan harga yang sama, lebih mahal atau lebih murah dibandingkan harga pesaing utama.
- 4) X<sub>2.4</sub> Kesesuaian harga dengan manfaat yaitu harga yang di teruntukan oleh perusahaan disesuaikan dengan manfaat yang

dapat dijangkau konsumen tidak mengabaikan kualitas produk perusahaan.

### **Lokasi (X<sub>3</sub>)**

Pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan cermat terhadap beberapa faktor berikut. (Tjiptono, 2014:159)

- 1) Akses, yaitu lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- 2) *Vasibilitas*, yaitu lokasi atau tempat yang dapt dilihat dengan jelas lebih dari jarak pandang normal.
- 3) Lalu lintas (*traffic*) menyangkut dua pertimbangan utama berikut:
  - a) Banyaknya orang yang lalu-lalang memberikan peluang besar terhadap terjadinya perencanaan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
  - b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, atau ambulan.
- 4) *Ekspansi* (perluasan usaha), yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- 5) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- 6) Kompetensi, yaitu lokasi pesaing
- 7) Peraturan pemerintah

Menurut Tjiptono dalam penelitian susanto dan Widowati (2011:183) indikator lokasi sebagai berikut:

- 1) X<sub>3.1</sub> Keterjangkauan lokasi
  - a) Lokasi yang mudah di jangkau
  - b) Kondisi jalan menuju lokasi
  - c) Waktu yang ditempuh menuju lokasi.

- 2) X<sub>3.2</sub> Kelancaran akses menuju lokasi  
Banyaknya orang yang lalulalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulsebuying* (Pembelian barang). Kepadatan dan kemacetan lalulintas bisa juga menjadi hambatan.
- 3) X<sub>3.3</sub> Kedekatan lokasi
  - a) Lokasi yang bisa dilihat dari alan raya.
  - b) Petunjuk yang jelas menunjukan lokasi.

#### **Kepuasan Konsumen (Y)**

Menuru Tjiptono (2012:310) “kepuasan konsumen merupakan hal yang wajib bagi organisasi bisnis dan nirlaba, konsultasi bisnis, peneliti pemasaran, eksekutif dan dalam konteks tertentu, para birokrat dan penelitian”. Menurut Kotler dalam Tjiptono (2012:318) yaitu:

- a. Y<sub>1</sub> Sistem keluhan dan saran  
Memberikan kesempatan bagi konsumen untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan melalui kotak saran yang diletakkan ditempat strategis, saluran telepon khusus, kartu konsuen.
- b. Y<sub>2</sub> Survei kepuasan konsumen  
Melakukan penelitian atau servie pasar mengenai kepuasan konsumen dengan menggunakan pos, telepon maupun wawancara pribadi.
- c. Y<sub>3</sub> *Ghots shopping* (Strategi peningkatan mutu)  
Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai konsumen/pembeli potensial produk perusahaan dan pesing.

*d. Lost Custemur Analysis* (Pelanggan yang hilang)  
Metode ini cukup unik persahaan berusaha menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah berhenti pemasok, diharapkan dapat melakukan transaksi kembali terhadap perusahaan.

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **Lokasi dan Tempat Penelitian**

Waktu penelitian ini dilaksanakan tahun 2022. Tempat penelitian dilakukan pada Kerajinan Kerang UD Kerang murah jaya. Yang beralamat Jl. Stasiun Semangkaan Desa Kilensari Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo.

#### **Populasi dan Sampel**

Arikuntu (2010:173), populasi adalah “keseluruhan objek penelitian”. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Kerajinan Kerang UD Kerang murah jaya di Kilensari Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo yang berjumlah 2250 Konsumen selama kurun waktu 3 bulan penelitian yaitu bulan juni sampai agustus 2022.

#### **Sampel**

Sugiyono (2015:81) sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 Orang Responden.

**Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel**  
**Identifikasi Variabel**

- a. Variabel Independen (X)
  - 1) Kualitas Produk
  - 2) Harga
  - 3) Lokasi
- b. Variabel Dependen (Y)
  - 1) Kepuasan Konsumen

**Teknik Pengumpulan Data**

- a. Observasi (Teknik Pengamatan)  
Sugiyono (2015:145) mengemukakan bahwa “observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis”.
- b. Wawancara  
Menurut Sugiyono (2015:137) “wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil”.
- c. Kuesioner (Angket)  
Menurut Sugiyono, (2015:142) “metode kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”. Data yang ingin diperoleh peneliti yakni dengan cara member angket kepada konsumen kerajinan kerang di kembang samba situbondo. data yang terkumpul dapat berwujud

kuantitatif, maka setiap alternatif jawaban diberikan skor atau nilai.

- d. Studi pustaka  
Metode pencarian data melalui buku-buku yang relevan dan sumber-sumber lain yang membahas masalah dalam penelitian ini.

**Metode Analisa Data**

**Uji Validitas**

Uji validitas adalah suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Sugiyono (2013:121) mengungkapkan bahwa “valid berarti *instrument* tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan peneliti.

Adapun perhitungan dan pengujian statistik dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan fasilitas program aplikasi SPSS versi 22.0 for windows. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *Product Moment* menurut Sugiyono (2013:183) dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

**Keterangan:**

- $r$  = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari.
- $n$  = Banyaknya responden.
- $X$  = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item.
- $Y$  = Skor total yang diperoleh dari seluruh item.
- $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X.

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y.

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat masing – masing X.

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat masing – masing Y.

Kriteria pengambilan keputusan valid tidaknya suatu kuesioner menurut Sugiyono, (2013:172) adalah sebagai berikut:

- a) Jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel, maka item item pernyataan dari kuesioner adalah valid.
- b) Jika  $r$  hitung  $< r$  tabel, maka item – item pernyataan dari kuesioner adalah tidak valid.

Dimana  $df$  : *degree of freedom*.  
 $n$  : jumlah sampel.  
pada taraf signifikan 95% atau  $\alpha = 5\%$ .

#### Uji Reliabilitas

Ghozali (2011:232) mengemukakan bahwa “uji reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari indikator – indikator sebuah variabel bentukan yang menunjukkan derajat sampai dimana masing – masing indikator itu mengidentifikasi sebuah variabel bentukan yang umum. Uji reliabilitas dimasukkan untuk mengetahui adanya ukuran dalam penggunaannya. Instrumen yang reabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, atau jika jawaban seseorang terhadap pernyataannya adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$a = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1)r}$$

#### Keterangan:

$a$  : Koefisien reliabilitas.

$r$  : Kolerasi antar item.

$k$  : Jumlah item.

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu *SPSS* uji statistik *Cronbach Alpha* ( $a$ ). Suatu variabel dikatakan *reliable*, jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,06$  dan sebaliknya jika nilai *Cronbach Alpha*  $< 0,06$  maka variabel dikatakan tidak *reliable*.

#### Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengguna atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. “Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil” (Ghozali, 2009:160). Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov - Smirnov*. Ghozali (2009:163) mengemukakan bahwa “kriteria penerimaan normalitas adalah jika nilai signifikansi hasil perhitungan lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  maka distribusinya dinyatakan normal, sebaliknya jika lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  maka distribusinya dinyatakan tidak normal”.

##### a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas

(independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dengan menganalisis matriks kolerasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen terdapat nilai kolerasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,95), maka hal ini merupakan indikator adanya multikolinieritas. Mengamati nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas independen yang dipilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. “Nilai *cut-off* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance*  $\leq 0,10$  atau sama dengan  $VIF \geq 10$ . Bila hasil regresi memiliki nilai VIF tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas dalam model regresi” (Ghozali, 2009:105).

#### Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2009:139) mengemukakan bahwa “uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain”. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan dengan uji Glejser yaitu meregresi masing – masing variabel independen dengan *absolute residual* terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak diantara data pengamatan dapat dijelaskan dengan menggunakan koefisien

signifikan. Koefisien signifikan harus dibandingkan dengan tingkat signifikansi 5%. Apabila Koefisien signifikan lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (homoskedastisitas). Jika koefisien signifikan lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas.

#### Uji Autokorelasi

Alat uji yang digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing pada periode tertentu berkorelasi (saling mempengaruhi). “Uji *Durbin Waston* hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen” (Ghozali 2009:112). Model statistika *Durbin-Watson* adalah sebagai berikut :

$$d = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t + e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

Kriteria yang dipakai dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

1.  $0 < d < dl$  : terdapat autokorelasi positif.
2.  $dl \leq d \leq du$  : tidak ada autokorelasi positif.
3.  $4-dl < d < 4$  : tidak adanya autokorelasi negatif.
4.  $4-du \leq d \leq 4-dl$  : daerah ragu – ragu tidak adanya autokorelasi negatif.
5.  $du < d < 4-dl$  : tidak terdapat autokorelasi.



**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan ( $Y$ ) di Cafe Lesada. Menurut Ghazali (2011:77) spesifikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + Q_1X_1 + Q_2X_2 + Q_3X_3 + e$$

**Keterangan:**

- $y$  : Loyalitas pelanggan.
- $x_1$  : Kualitas pelayanan.
- $x_2$  : Harga.
- $x_3$  : Lokasi.
- $a$  : Konstanta.
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$  : Koefisien regresi.
- $e$  : Nilai residu / kemungkinan kesalahan.

**Pengujian Secara Parsial (Uji t)**

Sugiyono (2013:184) mengemukakan bahwa “uji t digunakan untuk melihat secara parsial bagaimana pengaruh variabel bebas ( $X$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ), guna menguji hipotesis yang telah ditetapkan memiliki pengaruh atau tidak”. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

**Keterangan:**

- $t$ : Nilai uji t.
- $r$ : Nilai efisiensi korelasi.
- $n$ : Jumlah sampel.
- Kriteria pengujian sebagai berikut:

$H_0$  :  $b_i = 0$ , artinya secara parsial variabel bebas (kualitas pelayanan, harga, dan lokasi) tidak mempunyai pengaruh yang

signifikan terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan).

$H_a$  :  $b_i \neq 0$ , artinya secara parsial variabel bebas (kualitas pelayanan, harga, dan lokasi) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan).

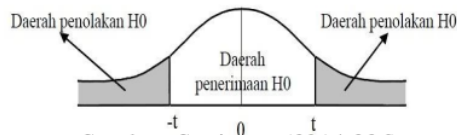
Dasar pengambilan keputusan menurut Ghazali (2011:84) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikan, yaitu:

- a) Bila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  dan  $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $<$  tingkat signifikansi 5% (0,05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.
- b) Bila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $>$  tingkat signifikansi 5% (0,05), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.
- c) Mencari  $t_{tabel}$  :  $df = n - k (a / 2)$ .

**Keterangan:**

- $df$  : Degree of freedom.
- $n$  : Jumlah sampel.
- $k$  : Jumlah variabel bebas dan variabel terikat.
- $a$  : 5% (0,05).

**Gambar 1**  
**Kurva Distribusi Normal**  
**Uji t**



Sumber: Sugiyono (2014:226).

**Pengujian Secara Simultan (Uji F)**

Uji F dilakukan untuk melihat secara serentak atau bersama-sama bagaimana pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Rumus uji F yang dikutip dari Sugiyono (2013:192) adalah sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - K - 1)}$$

**Keterangan:**

- F<sub>h</sub>: Nilai Fhitung.
- R<sup>2</sup>: Koefisien kolerasi ganda.
- n: Jumlah anggota sampel.
- K: Jumlah variabel independen.
- Kriteria pengujian sebagai berikut:

H<sub>0</sub> : b<sub>1</sub> = b<sub>2</sub> = b<sub>3</sub> = 0, artinya variabel – variabel bebas (kualitas pelayanan, harga, dan lokasi) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama – sama terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan).

H<sub>a</sub> : b<sub>1</sub> ≠ b<sub>2</sub> ≠ b<sub>3</sub> ≠ 0, artinya variabel – variabel bebas (kualitas pelayanan, harga, dan lokasi) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan).

Dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2011:84) adalah dengan menggunakan angka probabilitas ialah sebagai berikut:

- a) Jika F<sub>hitung</sub> ≥ F<sub>tabel</sub> dan nilai Sig < 0,05, maka H<sub>0</sub>

ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, artinya secara simultan variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

- b) Jika F<sub>hitung</sub> < F<sub>tabel</sub> dan nilai Sig > 0,05, maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak, artinya secara simultan variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

- c) Mencari F<sub>tabel</sub> :  $df_1 = K - 1$   
 $df_2 = n - K$

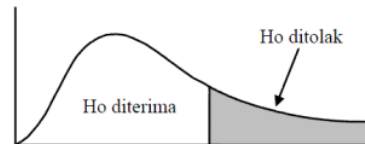
**Keterangan:**

df: Degree of freedom.

n : Jumlah sampel.

k : Jumlah variabel bebas dan variabel terikat.

**Gambar 2**  
**Kurva Distribusi Normal Uji F**



Sumber: Sugiyono (2014:228).

**Uji Dominan**

Dalam penelitian ini juga dihitung Sumbangan Efektif (SE) yang digunakan untuk menguji variabel bebas mana yang dominan mempengaruhi variabel terikat, adapun perhitungannya diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien parsial. Rumus untuk mencari SE adalah sebagai berikut:

$$SE = \beta \times \text{person correlation} \times 100\%$$

Adapun perhitungan dan pengujian statistik dalam penelitian ini

dilakukan dengan menggunakan fasilitas program aplikasi SPSS.

**Uji Koefisien Determinasi**

Widarjono (2010:19) mengemukakan bahwa “koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai dengan data aktualnya (*good of fit*) koefisien determinasi mengukur presentase total variasi variabel dependen Y yang dijelaskan oleh variabel independen di dalam garis regresi”. Selanjutnya, menurut Widarjono (2010:20) persamaan untuk koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - \frac{RSS}{TSS}$$

**Keterangan:**

$R^2$  = Koefisien determinasi.

RSS = Residual *Sum of Squeres*.

TSS = Total *Sum of Squeres*.

Dimana apabila:

$R^2 = 0$ , berarti pengaruh variabel X terhadap Variabel Y, lemah.

$R^2 = 1$ , artinya pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat.

Berdasarkan rumus diatas maka hasil perhitungan dapat dikategorikan dalam kriteria besarnya pengaruh berdasarkan tabel sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Tinggi rendahnya koefisien determinasi**

Pernyataan	Keterangan
>4%	Pengaruh rendah sekali
5% - 16%	Pengaruh rendah tapi pasti
17% - 49%	Pengaruh cukup berarti
50% - 81%	Pengaruh tinggi atau kuat
>80%	Pengaruh tinggi sekali

Sumber: Sugiyono (2009:51)

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Gambaran Umum Obyek Penelitian**

Kerajinan kerang UD Kerang murah jaya yang berdiri sejak tahun 1990an sampai sekarang, usaha kerajinan kerang ini merupakan salah satu usaha keluarga, saat ini dikelola pak Arifin, terletak di kembang Kilensari Panarukan kabupaten Situbondo. Kerajinan kerang ini memproduksi berbagai macam hiasan rumah, hiasan ruang tamu, hiasan langit-langit ruangan, hiasan dinding dan juga souvenir, kerajinan kerang ini sudah berjalan cukup lama hingga saat ini, pemilik kerajinan juga mendapat permintaan dari berbagai kalangan konsumen, termasuk dari luar kota, maka pemilik juga melakukan pengiriman produk ke luar sebagai souvenir yang lumayan cukup diminati.

**Analisa Hasil Penelitian Uji Validitas**

**Tabel 2**  
**Hasil uji validitas**

No	Indikator	Koefisien Validitas	r Tabel	Ket
1	X <sub>1,1</sub>	0,769	0,200	Valid
2	X <sub>1,2</sub>	0,511	0,200	Valid
3	X <sub>1,3</sub>	0,796	0,200	Valid
4	X <sub>2,1</sub>	0,780	0,200	Valid
5	X <sub>2,2</sub>	0,204	0,200	Valid
6	X <sub>2,3</sub>	0,822	0,200	Valid
7	X <sub>2,4</sub>	0,722	0,200	Valid
8	X <sub>3,1</sub>	0,895	0,200	Valid
9	X <sub>3,2</sub>	0,868	0,200	Valid
10	X <sub>3,3</sub>	0,910	0,200	Valid
11	Y <sub>1</sub>	0,751	0,200	Valid
12	Y <sub>2</sub>	0,496	0,200	Valid
13	Y <sub>3</sub>	0,753	0,200	Valid
14	Y <sub>4</sub>	0,768	0,200	Valid

Sumber: Lampiran 4 dan 8

Dari tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien validitas tiap item pertanyaan lebih besar dari r tabel 5% ( $\alpha = 0,05$ ) yang berarti tiap-tiap item variabel adalah valid, dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variable.

**Uji Reliabilitas**

**Tabel 3**  
**Uji Reliabilitas Variabel.**

Variabel	Cronbach's Alpha	$\alpha$	Keterangan
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	<b>0,766</b>	<b>0,6</b>	<b>Reliabel</b>
Harga (X <sub>2</sub> )	<b>0,757</b>	<b>0,6</b>	<b>Reliabel</b>
Lokasi (X <sub>3</sub> )	<b>0,933</b>	<b>0,6</b>	<b>Reliabel</b>
Keputusan Pembelian (Y)	<b>0,823</b>	<b>0,6</b>	<b>Reliabel</b>

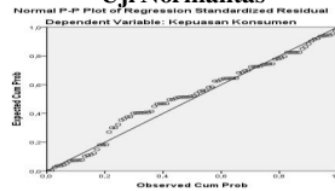
Sumber: Lampiran 5

Dari tabel 3 di atas dapat diketahui yakni pengujian reliabilitas

untuk menguji dari suatu alat ukur untuk masing-masing variabel. Menunjukkan bahwa semua variabel memiliki hasil koefisien *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60. maka dapat disimpulkan bahwa semua konsep pengukur masing-masing variabel adalah reliabel.

**Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas**

**Gambar 3**  
**Uji Normalitas**



Sumber: lampiran 7

Grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, grafik ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena asumsi normalitas.

**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 4**  
**Uji Multikolinearitas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Produk	,901	1,110
Harga	,901	1,110
Lokasi	1,000	1,000

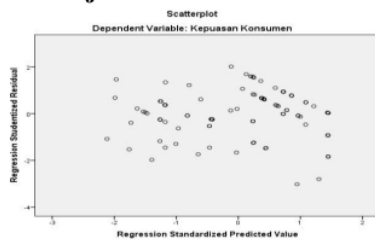
Sumber: lampiran 7

Tidak terjadi pelanggaran asumsi multikolinearitas dimana pada tabel diatas menjelaskan bahwa:

- X<sub>1</sub> Kualitas Produk VIF = 1,110 (≤ 10) dan Tolerance = 0,901 (≥ 0,10)
- X<sub>2</sub> Harga VIF = 1,110 ((≤ 10) dan Tolerance = 0,901 (≥ 0,10)
- X<sub>3</sub> Lokasi VIF = 1,000 ((≤ 10) dan Tolerance = 1,000 (≤ 0,10)

**Uji Heteroskedastisitas**

**Gambar 4**  
**Uji Heterokedastisitas**



Sumber: lampiran 11

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas, tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebut diatas dan dibawah adalah angka nol pada sumbu Y, maka tidak ada heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas produk (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>) dan Lokasi (X<sub>3</sub>) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan konsumen (Y) di UD Kerang murah jaya Kilensari Panarukan Kabupaten Situbondo. Hasil dari SPSS 25 yang digunakan sebagai alat analisis maka hasil regresi berganda adalah sebagai berikut:

**Tabel 5**  
**Hasil Regresi Linier berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	3,716E-17	,064	
Kualitas Produk	,683	,068	,683
Harga	,226	,068	,226
Lokasi	,003	,065	,003

Sumber : lampiran 7

Berdasarkan Tabel 5 dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,716E-17 + 0,683X_1 + 0,226X_2 + 0,003X_3 + e$$

**Keterangan:**

Y = Variabel terikat, yaitu Kepuasan Konsumen

X<sub>1</sub> = Variabel bebas, yaitu Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Variabel bebas, yaitu Harga

X<sub>3</sub> = Variabel bebas, yaitu Lokasi

a = Konstanta (3,716E-17)

Persamaan regresi linier berganda tersebut menunjukkan arti dan dapat dijelaskan bahwa:

**3,716E-17**= "constant" sebesar **3,716E-17** artinya apabila variabel Kualitas produk, Lokasi dan Harga nilainya nol atau konstan, maka nilai Kepuasan konsumen sebesar **3,716E-17**

**0,683** X<sub>1</sub> = Besarnya koefisien variabel Kualitas produk yang berarti setiap peningkatan variabel kualitas produk sebesar 1%, maka kepuasan konsumen meningkat sebesar **0,683** dengan asumsi variabel lain (harga dan lokasi) konstan.

**0,226** X<sub>2</sub> = Besarnya koefisien variabel Harga yang berarti setiap peningkatan variabel harga sebesar 1%, maka kepuasan konsumen meningkat sebesar **0,226** dengan

asumsi variabel lain (kualitas produk dan lokasi) konstan

**0,003**  $X_3$  = Besarnya koefisien variabel Lokasi yang berarti setiap peningkatan variabel lokasi sebesar 1%, maka kepuasan konsumen meningkat sebesar **0,003** dengan asumsi variabel lain (kualitas produk dan harga) konstan

$e$  = nilai residu/kemungkinan kesalahan dari model persamaan regresi yang disebabkan adanya kemungkinan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi variabel kepuasan konsumen (Y) tetapi tidak dimasukkan kedalam model persamaan. Standart error sebesar 0,064 artinya seluruh variabel yang dihitung dalam uji SPSS versi 22 memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 0,064

Hasil analisa regresi linear berganda pada tabel 17 diatas menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu kualitas produk berpengaruh positif, variabel hargaorganisasi berpengaruh positif dan variabel lokasi berpengaruh positif terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen.

#### **Uji Parsial (t-test)**

Pengujian ini dimaksudkan untuk Berdasarkan tabel diatas, yaitu hasil pengujian parsial atau uji t mengenai pengaruh masing-masing variabel bebas X (kualitas pelayanan, harga dan lokasi) yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

#### **Kualitas produk ( $X_1$ )**

Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dengan taraf signifikannya 5% diperoleh dari hasil  $t_{hitung}$  sebesar 10,035, maka  $t_{hitung} 10,035 > t_{tabel} 1,986$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Selain itu, nilai signifikan t 0,000 < 0,050, maka  $H_a$  diterima dan

$H_0$  ditolak. Secara parsial berarti variabel kualitas produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y)..

#### **Harga ( $X_2$ )**

Variabel harga ( $X_2$ ) dengan taraf signifikannya 5% diperoleh dari hasil  $t_{hitung}$  sebesar 3,319, maka  $t_{hitung} 3,319 > t_{tabel} 1,986$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel harga ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Selain itu, nilai signifikan t 0,001 < 0,050, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Secara parsial berarti variabel harga ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

#### **Lokasi ( $X_3$ )**

Variabel lokasi ( $X_3$ ) dengan taraf signifikannya 5% diperoleh dari hasil  $t_{hitung}$  sebesar 0,053, maka  $t_{hitung} 0,053 < t_{tabel} 1,986$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel lokasi ( $X_3$ ) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Selain itu, nilai signifikan t 0,958 > 0,050, maka  $H_0$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Secara parsial berarti variabel lokasi ( $X_3$ ) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

#### **Uji Simultan (F-test)**

Berdasarkan nilai pengujian secara bersama-sama (variabel kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan variabel lokasi ( $X_3$ ) secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada Kerajinan Kerang UD

Kerang murah jaya Kirensari Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo, karena hasil dari  $F_{hitung}$  49,070. Selain itu, diketahui bahwa  $F_{hitung}$  49,070 >  $F_{tabel}$  2,70 dan nilai signifikan  $F$  0,000 < 0,050, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan positif secara bersama-sama (*simultan*) dari variabel kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan variabel lokasi ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) pada Kerajinan Kerang UD Kerang murah jaya Kirensari Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo.

#### **Uji Dominan**

Kesimpulan pada tabel 20 diatas yang dapat diambil adalah menunjukkan nilai pengaruh positif variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan nilai pengaruh variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar 10,035, Harga ( $X_2$ ) sebesar 3,319 dan Lokasi ( $X_3$ ) sebesar 0,053, maka kesimpulannya adalah nilai dari variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) tersebut lebih besar dari kedua variabel bebas yang lain yaitu sebesar 10,035 demikian, hipotesis penelitian ( $H_3$ ) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh dominan terhadap variabel kepuasan konsumen setelah diuji statistik dapat terbukti.

#### **Koefisien Determinasi**

Diatas analisis pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Lokasi ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) seperti pada tabel diatas, menunjukkan nilai koefisien determinasi atau  $R$  square menunjukkan nilai sebesar 0,615, dari hasil tersebut berarti seluruh variabel bebas Kualitas Produk ( $X_1$ ),

Harga ( $X_2$ ) dan Lokasi ( $X_3$ ) mempunyai kontribusi sebesar 61,5% terhadap variabel terikat Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) dengan pengaruh sangat kuat, dan sisanya sebesar 38,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian.

#### **Pembahasan**

##### **Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ )**

Hasil analisis menunjukkan bahwa Kealitan produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). Berdasarkan pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh secara parsial antara Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada UD Kerang murah jaya di Kirensari Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo yaitu diterima dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 10,035, maka  $t_{hitung}$  10,035 >  $t_{tabel}$  1,986 dengan nilai signifikan  $t$  0,000 < 0,050, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Secara parsial berarti variabel kualitas produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ).

Penelitian ini diperkuat penelitian terdahulu Lailatul Qomariyah (2016) dengan judul "Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pembelian Helm Bogo Pada Mahasiswa)". Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. Variabel kualitas produk ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  (5,568) >  $t_{tabel}$  (1,985), dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, variabel kualitas

produk ( $X_2$ ) berpengaruh secara Parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

#### **Pengaruh Harga ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ )**

Hasil analisis menunjukkan bahwa Harga( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan konsumen ( $Y$ ). Berdasarkan pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara parsial antara Harga( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada UD Kerang murah jaya di Kilensari Kecamatan Panarukan Bungatan Kabupaten Situbondo adalah diterima. Dengan hasil  $t_{hitung}$  sebesar 3,319, maka  $t_{hitung} 3,319 > t_{tabel} 1,986$ . Dengan nilai signifikan  $t 0,001 < 0,050$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Secara parsial berarti variabel harga( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ).

Diperkuat penelitian terdahulu yaitu, Ningsih (2017), "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Perhiasan Mas Ramayana di Situbondo". Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. Variabel Harga ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} 2,399 > t_{tabel} 1,985$ , dengan nilai signifikan  $0,018 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

#### **Pengaruh Lokasi ( $X_3$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ )**

Hasil analisis menunjukkan bahwa Lokasi( $X_3$ ) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan konsumen ( $Y$ ). Berdasarkan pengujian tersebut maka dapat

disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh secara parsial antara Harga( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada UD Kerang murah jaya di Kilensari Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo adalah diterima. Dengan hasil  $t_{hitung}$  sebesar 0,053, maka  $t_{hitung} 0,053 < t_{tabel} 1,986$ . nilai signifikan  $t 0,958 > 0,050$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Secara parsial berarti variabel lokasi ( $X_3$ ) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ).

Diperkuat penelitian terdahulu yaitu, Sainur Rusdi (2017), "Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Syaura Yatai di Situbondo". Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. variabel Lokasi ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} 2,755 > t_{tabel} 1,985$ , dengan nilai signifikan  $0,007 < 0,05$ . variabel Lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ).

#### **Hasil regresi**

##### **Uji t**

Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji t (secara parsial), dapat diketahui besarnya pengaruh variabel kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 10,036 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,989, sehingga hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $t_{hitung} 10,036 > t_{tabel} 1,989$  dan nilai signifikan  $t 0,000 < 0,050$ . Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti bahwa secara parsial variabel kualitas produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen



(Y) pada kerajinan kerang UD Kerang murah jaya di Kilensari Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo. Variabel Harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 3,319 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,989, sehingga hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $t_{hitung} 3,319 > t_{tabel} 1,989$  dan nilai signifikan  $t$   $0,001 < 0,050$ . Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, berarti bahwa secara parsial variabel Harga ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada kerajinan kerang UD Kerang murah jaya di Kilensari Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo.

Berbeda dengan variabel Lokasi ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,053 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,989, sehingga hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $t_{hitung} 0,053 < t_{tabel} 1,989$  dan nilai signifikan  $t$   $0,958 > 0,050$ . Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, berarti bahwa secara parsial variabel Lokasi ( $X_3$ ) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada kerajinan kerang UD Kerang murah jaya di Kilensari Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo.

#### **Uji F**

Berdasarkan nilai pengujian secara bersama-sama (*simultan*) dengan taraf signifikannya 5%, maka diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 49,070, sedangkan nilai signifikannya 0,000. Dari hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan variabel lokasi ( $X_3$ ) secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh positif terhadap variabel

kepuasan konsumen (Y) pada Kerajinan Kerang UD Kerang murah jaya Kilensari Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo, karena hasil dari  $F_{hitung}$  49,070. Selain itu, diketahui bahwa  $F_{hitung}$  40,070  $> F_{tabel}$  2,72 dan nilai signifikan  $F$   $0,000 < 0,050$ , maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan positif secara bersama-sama (*simultan*) dari variabel kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan variabel lokasi ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Kerajinan Kerang UD Kerang murah jaya Kilensari Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo.

#### **Uji Dominan**

Penelitian diatas adalah menunjukkan nilai pengaruh positif variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan nilai pengaruh variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar 10,035, Harga ( $X_2$ ) sebesar 3,319 dan Lokasi ( $X_3$ ) sebesar 0,053, maka kesimpulannya adalah nilai dari variabel Kualitas Produk tersebut lebih besar dari kedua variabel bebas yang lain yaitu sebesar 10,035 demikian, hipotesis penelitian ( $H_3$ ) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh dominan terhadap variabel kepuasan konsumen.

#### **Koefisien Determinasi**

Hasil dari analisis pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Lokasi ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) seperti pada tabel diatas, menunjukkan nilai koefisien determinasi atau  $R^2$  square menunjukkan nilai sebesar 0,748, dari hasil tersebut berarti seluruh variabel bebas (Kualitas Produk  $X_1$ , Harga  $X_2$

dan Lokasi $X_3$ ) mempunyai kontribusi sebesar 74,8% terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen Y) dengan pengaruh sangat kuat, dan sisanya sebesar 25,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### Simpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat disimpulkan hasil dalam penelitian adalah peramaan regresi linier berganda  $Y = 3,716E-17 + 0,683X_1 + 0,226X_2 + 0,003X_3 + e$ . Secara parsial kualitas produk berpengaruh positif signifikan dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$   $10,035 > t_{tabel} 1,986$  atau  $sig 0,000 < 0,050$ , harga menunjukkan nilai  $3,319 > t_{tabel} 1,986$  atau  $sig 0,001 < 0,050$  lokasi menunjukkan nilai  $0,053 < t_{tabel} 1,986$  atau  $sig 0,958 > 0,050$ . Uji F diketahui diketahui bahwa  $F_{hitung} 49,070 > F_{tabel} 2,70$  dan nilai signifikan  $F 0,000 < 0,050$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Variabel yang berpengaruh dominan yaitu Kualitas Produk diterima.

##### Saran

Berdasarkan hasil Penelitian, saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan adalah;

1. Dengan banyaknya persaingan, harus terus mampu menjaga kualitas hasil produksi agar dapat menjaga stabilitas dan meningkatkan profit usaha kerajinan kerang.
2. Mampu bereksperimen dengan desain – desain kombinasi baru, sehingga produk memiliki banyak varian dan konsumen

mempunyai banyak pilihan produk.

3. Terus mengembangkan promosi secara konsisten, terutama memainkan peran sosial media agar produk dapat di ketahui dan dikenal lebih global, hal ini memberikan potensi penjualan lebih besar dan keuntungan yang meningkat.

##### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tanri, 2016. *Manajemen pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Adisaputro, 2014. *Manajemen Pemasaran (Analisis untuk strategi perencanaan)*. Yogyakarta: UPPSTIM YKPN.
- Alma. B, 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Cetakan Kesembilan. Alfabetha
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: suatu pendekatan praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariani. 2008. *Manajemen Kualitas, pendekatan sisi Kualitatif*. Jakarta: PT Gramedia Indonesia.
- Assauri, S. 2012. *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- \_\_\_\_\_. 2012. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rajawali Granmedia.
- Bagasa.A.P, 2014. “Pengaruh keragaman produk, Harga, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Bebek Goreng Bang Alex Situbondo”. Tidak Diterbitkan. Skripsi. Situbondo: Universitas Abdurachman Saleh.
- Echdar, S, 2015. *Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Kotler, dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P and Gary Amstrong, 2013. *Manajemen pemasaran*. Jilid 1, Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P, Tjiptono, F. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2, Yogyakarta: Cetakan Andi.
- Lailatul, Q. 2016. “Pengaruh Deasain Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus pembelian helm bago pada mahasiswa)”. Tidak Diterbitkan. Skripsi.Situbondo: Universitas Abdurachman Saleh.
- Leny, F. 2017. “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Salon Rudy Kabupaten Situbondo”. Tidak Diterbitkan. Skripsi. Situbondo: Universitas Abdurachman Saleh.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaranjasa berbasis kopetensi*, Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Ningsih, 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Perhiasan Mas Ramayana di Situbondo”. Tidak Diterbitkan. Skripsi. Situbondo: Universitas Abdurachman Saleh.
- Sanur R, 2017. “Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Syaura Yati di Situbondo”. Tidak Diterbitkan. Skripsi. Situbondo: Universitas Abdurachman Saleh.
- Sugiyono, 2015. *Metode penelitian kuantatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B, 2010. *Manajemen penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Suwarman, U, 2013. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.