

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN SINAR HARAPAN
DI KABUPATEN SITUBONDO**

Dwi Perwitasari W.
dlapan2_perwitasari@yahoo.co.id
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Karnadi
karnadi@unars.ac.id
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Azimatul Umami
Azimatul@gmail.com
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

ABSTACT

This study aims to (1) to determine the effect of product diversity, price, and location partially influences customer satisfaction (2) to find out the effect of product diversity, price, and location simultaneously affect customer satisfaction (3 to find out among the diversity of products, prices, and locations that are the most dominant influence on customer satisfaction. The method used is quantitative. The results of the study are multiple linear regression equation $Y = -1,711E-16 + 0.046X1 + 0.293X2 + 0.212X3 + e$. partially the diversity of the product has no significant effect with the value of tcount smaller than ttable (0.430) <(1,985) or sig a 0.668> 0.05, the price of partial effect shows the value of tcount is greater than ttable (2,284)> (1,985) or sig a 0,000 <0.05, the location has no partial effect by showing the tcount value smaller than ttable (1,930) <(1,985) or sig a 0.057> 0.05. Simultaneously the diversity of products, prices, and location affect customer satisfaction with a calculated Fcount of 8.015 values greater than the Ftable of 2.70 or Fcount of 8.015> Ftable of 2.70. The variable with the most dominant influence in this study is the price with a value of 2,824.

Keywords : diversity, price, location , satisfaction

PENDAHULUAN

Persaingan yang ketat seperti sekarang ini, perusahaan harus berusaha memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Kotler (2009:72) mengemukakan bahwa “keragaman produk sebagai unit tersendiri dalam

suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri lainnya”. Semakin lengkap sebuah Swalayan maka semakin memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga akan memutuskan untuk melakukan pembelian produk mereka.

Produk perlu dipersepsikan sebagai produk yang memiliki kualitas tinggi, sehingga konsumen dapat memahami sebuah produk hanya melalui eksistensi, fungsi, citra, dan

mutu. Kotler dan Armstrong (2012:234) “Harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa”. Dapat didefinisikan harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memiliki keuntungan dan menggunakan produk yang memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk konsumen yang diciptakannya.

Menurut Alma (2011:105), mengemukakan bahwa “lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya”. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya. Pada lokasi yang strategis, sebuah gerai akan lebih sukses dibanding gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas.

Kotler (2008:52) mengemukakan bahwa “kepuasan konsumen adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk atau jasa dan harapannya”. Sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau jasa mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahu

orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan barang dan jasa. Penelitian ini mengambil objek penelitian pada Swalayan Sinar Harapan ini terletak di jl. Basuki Rahmat no. 23, Mimbaan, kecamatan Panji, kabupaten Situbondo. Swalayan Sinar Harapan buka setiap hari dari pukul 08:00-21:00 WIB.

Jumlah karyawan yang ada di Swalayan Sinar Harapan adalah 6 karyawan yang terdiri dari 3 orang pria dan 3 orang wanita. Alasan mengapa peneliti memilih Swalayan Sinar Harapan sebagai tempat penelitian karena Swalayan memiliki berbagai macam produk yang kurang lebih sama dengan Swalayan lain dengan harga yang bersaing dan lokasi yang berada di tengah kota, akan tetapi konsumen yang berbelanja ke Swalayan tersebut sedikit.

Berdasarkan judul dan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian adalah:

1. Apakah variabel keragaman produk, harga, dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen pada Swalayan Sinar Harapan Situbondo?
2. Apakah variabel keragaman produk, harga, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Swalayan Sinar Harapan Situbondo?
3. Manakah diantara variabel keragaman produk, harga, dan lokasi berpengaruh paling dominan terhadap variabel kepuasan konsumen pada

Swalayan Sinar Harapan
Situbondo?

Manfaat Penelitian diantaranya

1. Bagi Universitas, penyusun laporan ini diharapkan bisa memberikan manfaat dan sumbangan pemikiran serta sebagai landasan untuk melanjutkan penelitian yang luas dan mendalam. Selain itu, diharapkan dapat dijadikan informasi tambahan untuk peneliti yang lebih lanjut.
2. Bagi Penulis, dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam praktek bidang manajemen khususnya bidang pemasaran serta bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari dan dalam dunia kerja dikemudian hari.
3. Bagi Swalayan Sinar Harapan, penilaian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam rangka meningkatkan pengembangan kemajuan usaha dan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi terhadap upaya-upaya yang telah ditempuh perusahaan serta sebagai penyusun strategi perusahaan untuk waktu yang akan datang khususnya dalam strategi kepuasan konsumen.

KERANGKA TEORITIS

Keragaman Produk

Kotler dan Keller (2012:15) mengemukakan “keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan

barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli”.

Indikator tentang keragaman produk

Indikator keragaman produk menurut Kotler alih bahasakan oleh Utami (2015:358) ada 4 macam, yaitu:

1. Variasi merek produk. Variasi merek merek produk merupakan banyaknya jenis merek produk yang ditawarkan.
2. Variasi kelengkapan produk. Variasi kelengkapan produk adalah sejumlah kategori barang-barang yang berbeda di dalam toko atau *departement store*. Toko dengan banyak jenis atau tipe produk yang dijual dapat dikatakan mempunyai banyak ragam kategori produk yang ditawarkan.
3. Variasi ukuran produk. Variasi ukuran produk atau keberagaman (*assortmen*) merupakan sejumlah standar kaulitas umum dalam kategori toko dengan keberagaman yang luas dapat dikatakan mempunyai kedalaman (*depth*) yang baik.
4. Variasi kualitas produk. Variasi kualitas produk merupakan standar kualitas umum dalam kategori barang berkaitan dengan kemasan, lebel, ketahanan suatu produk, jaminan, bagaimana produk dapat memberikan manfaat.

Harga

Tjiptono (2010:151) mengemukakan bahwa “harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan”.

Indikator harga menurut Kotler dan Amstrong (2012:52) ada 4 macam, yaitu:

1. Kesesuaian harga produk. Konsumen akan melihat terlebih dahulu harga yang tercantum pada sebuah produk, karena sebelum membeli konsumen sudah berpikir tentang sistem hemat yang tepat. Konsumen dapat berpikir tentang harga yang ditawarkan memiliki kesesuaian dengan produk yang telah dibeli.
2. Daftar harga (*list price*). Daftar harga adalah informasi mengenai harga produk yang ditawarkan agar konsumen mempertimbangkan untuk membeli.
3. Potongan harga khusus (*allowance*). Potongan harga khusus oleh potongan harga yang diberikan produsen/penjual kepada konsumen pada saat *event* tertentu.
4. Harga yang dipersepsikan. Yaitu persepsi konsumen terhadap harga yang diterima, apakah tinggi, rendah atau adil.

Lokasi

Menurut Lopiyoadi (2015:96) mengemukakan bahwa “lokasi merupakan keputusan yang di buat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan”. Indikator lokasi menurut Tjiptono dan Chandra (2007:92) ada 5 macam, yaitu:

1. Akses.
2. Lalu lintas.
3. Vasibilitas.
4. Tempat parkir yang luas dan aman.
5. Lingkungan.

Kepuasan Konsumen

Kotler (2009:138) mengemukakan bahwa “kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka”. Indikator kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2008:87) ada 3 macam, yaitu:

1. Konfirmasi harapan adalah ketidaksesuaian atau kesesuaian terhadap harapan konsumen saat berbelanja.
2. Minat pembelian ulang yaitu apabila konsumen merasa puas maka niat pembelian ulang akan terjadi.
3. Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik adalah suatu sikap yang ditunjukkan oleh konsumen atau konsumen terhadap suatu merek yang dianggapnya baik dari pada merek yang lainnya.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan guna menjawab permasalahan yang ditetapkan. Penelitian ini dilakukan pada Swalayan Sinar Harapan di kabupaten Situbondo. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan April 2019 hingga Juni 2019.

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2016:80) mengemukakan bahwa “populasi adalah wilayah generalisasi yang

terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 5.850 orang selama tiga bulan. Sugiyono (2016:81) mengemukakan bahwa “sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Dalam penelitian teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *simple random sampling*. Sampel pada penelitian ini sebanyak 98 responden.

Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Identifikasi Variabel penelitian yaitu :
Variabel Independen (X)

- 1) Keragaman Produk.
- 2) Harga.
- 3) Lokasi.

Variabel Dependen (Y) yaitu
Kepuasan Konsumen.

Definisi Operasional Variabel penelitian yaitu :

a. Keragaman Produk (X_1)

Kotler dan Keller (2007:15) mengemukakan bahwa “keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli”. Keragaman produk mempunyai empat indikator berdasarkan teori Kotler alih bahasakan oleh Utami (2015:358), yaitu:

- $X_{1.1}$ Variasi merek produk.
- $X_{1.2}$ Variasi kelengkapan produk.
- $X_{1.3}$ Variasi ukuran produk.
- $X_{1.4}$ Variasi kualitas produk.

b. Harga (X_2)

“Persepsi konsumen terhadap suatu harga dapat mempengaruhi

keputusannya dalam membeli suatu produk” (Kotler dan Amstrong, 2012:52). Terdapat indikator yang mencirikan harga, yaitu:

- $X_{2.1}$ Kesesuaian harga produk.
- $X_{2.2}$ Daftar harga (*list price*).
- $X_{2.3}$ Potongan harga khusus (*allowance*).
- $X_{2.4}$ Harga yang dipersepsikan.

c. Lokasi (X_3)

Swastha (2009:34) mengemukakan bahwa “lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan”. Indikator kepuasan konsumen menurut Tjiptono dan Chandra (2007:92) dibagi atas 5 macam, yaitu:

- $X_{3.1}$ Akses.
- $X_{3.2}$ Lalu lintas.
- $X_{3.3}$ Visibilitas.
- $X_{3.4}$ Tempat parkir yang luas dan aman.
- $X_{3.5}$ Lingkungan.

d. Kepuasan Konsumen (Y)

Tjiptono (2012:38) mengemukakan bahwa “kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (hasil) yang ia rasakan dengan harapannya”. Indikator kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2008:87) dibagi atas 3 macam, yaitu:

- Y_1 Konfirmasi harapan.
- Y_2 Minat pembelian ulang.
- Y_3 Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Sugiyono(2016:145) mengemukakan bahwa “observari sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri

yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain, yaitu wawancara dan kuesioner”. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam lainnya.

2. Wawancara

Sugiyono(2016:137) mengemukakan bahwa “wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah pespondennya sedikit/kecil”.

3. Studi Kepustakaan

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literatur, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Martono (2011:97) mengemukakan bahwa “studi pustaka dilakukan untuk memperkaya pengetahuan mengenai berbagai konsep yang akan digunakan sebagai dasar atau pedoman dalam proses penelitian”.

4. Kuesioner (Angket)

Sugiyono(2016:164) mengemukakan bahwa “metode kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab”.

Pemberian Skor (Penilaian) yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, Ragu-Ragu (R) dengan skor 3, Setuju (S) dengan skor 4, Sangat Setuju (SS) dengan skor 5 (Sugiyono, 2016:168)

5. Dokumentasi

Arikunto (2010:274) mengemukakan bahwa “dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, agenda, dan sebagainya”.

Metode Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Sugiyono

(2016:121) mengemukakan bahwa “valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk

mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan peneliti”. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 22 for Windows 10.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu koesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji *cronbach Alpha* (α). Suatu variabel

dikatakan reliabel jika nilai $a > 0,60$ dan sebaliknya jika nilai $a < 0,60$ maka variabel dikatakan tidak reliabel (Taufik, 2015:41).

Uji Asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Ghozali (2018:161) mengemukakan bahwa “Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak”.

b. Uji Multikolinearitas

“Ada dua cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, yaitu dengan metode grafik dan metode uji statistik” (Ghozali 2018:139).

c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018:107) mengemukakan bahwa “Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*)”.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu keragaman produk (X_1), harga (X_2) dan lokasi (X_3) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan konsumen (Y) pada Swalayan Sinar Harapan. Menurut Sanusi (2011:135) mengemukakan bahwa “untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan rumus analisis regresi linier berganda sebagai berikut $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$

Keterangan:

Y : Kepuasan konsumen.

X_1 : Keragaman produk.

X_2 : Harga.

X_3 : Lokasi.

a : Konstanta.

B_1, B_2, B_3 : koefisien regresi.

e : Standart error.

Uji t (t Test)

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, (Sugiyono, 2016:184).

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

Keterangan:

t : Nilai uji t

r : Nilai efisiensi korelasi

n : Jumlah Sampel

Kriteria pengujian sebagai berikut:

H_0 : $b_i = 0$, artinya secara parsial variabelvariabel, bebas (keragaman produk, harga dan lokasi) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

H_a : $b_i \neq 0$, artinya secara parsial variabelvariabel bebas (keragaman produk, harga dan lokasi) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

Uji F (F Test)

Uji F dilakukan untuk melihat secara serentak atau bersama-sama bagaimana pengaruh variabel X terhadap variabel Y . Rumus uji F yang dikutip dari Sugiyono (2016:192) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

F_h : Nilai Fhitung.

: Koefisien korelasi ganda.

n : Jumlah anggota sampel.

k : Jumlah variabel independen.

Kriteria pengujian sebagai berikut:

H₀: $b_1 = 0$, artinya variabel-variabel bebas (keragaman produk, harga dan lokasi) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

H_a: $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, artinya variabel variabel bebas (keragaman produk, harga dan lokasi) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

Dasar pengambilan keputusan menurut Sanusi (2011:143) adalah dengan menggunakan angka probabilitas ialah sebagai berikut:

- a. Jika F hitung = F tabel dan nilai Sig < 0,05, maka ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. b. Jika F hitung < F tabel dan nilai Sig > 0,05, maka diterima dan H₀ ditolak, artinya secara simultan variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- c. Mencari F tabel: $df_1 = K - 1$ $df_2 = n - K$

Dimana: df : *degree of freedom*
 n : jumlah sampel
 k : Jumlah variabel bebas dan variabel terikat

Uji Dominan

Sugiyono (2016:68) mengemukakan bahwa “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.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah cara untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi 0 (nol) artinya variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen apabila koefisien determinasi semakin mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Persamaan untuk koefisien determinasi adalah sebagai berikut (Riduwan dan Kuncoro 2017:62).

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd : koefisien determinan

r : nilai koefisien korelasi

Dimana apabila :

- a. Kd : 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah.
- b. Kd : 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sejarah Swalayan Sinar Harapan

Swalayan Sinar Harapan berdiri pada tahun 2014 dan berada di bawah naungan Departemen Agama. Selain

mendirikan Swalayan Sinar Harapan juga melakukan kegiatan simpan pinjaman anggota dari koperasi tersebut adalah pegawai dari kantor departemen agama dan para guru agama kota Situbondo dari Departemen Agama. Tujuan dari Swalayan Sinar Harapan didirikan yaitu meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan keinginan konsumen pada umumnya. Swalayan Sinar Harapan ini buka dari jam 08.00 WIB sampai jam 21.00 WIB. Swalayan Sinar Harapan memiliki beragam produk yang dijual kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mulai dari kebutuhan pokok, kosmetik, obat-obatan, makanan ringan, minuman dan masih banyak lagi. Kebutuhan pokok seperti, beras, minyak goreng, gula, dan lain-lain. Swalayan Sinar Harapan letaknya yang sangat strategis hingga mudah terjangkau oleh konsumen dan memiliki kualitas produk yang baik dengan harga yang terjangkau. Selain itu Swalayan Sinar Harapan juga melakukan promosi atau potongan harga pada bulan-bulan tertentu seperti bulan puasa, hari kemerdekaan, dan akhir tahun untuk menarik konsumen, serta karyawan yang berkompoten sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumen.

Visi dan Misi

1) Visi

Terwujudnya kesejahteraan anggota yang berkeadilan, partisipatif, dan profesional.

2) Misi

- a. Mewujudkan pelayanan prima dengan semangat kebersamaan dan berkeadilan.
- b. Meningkatkan partisipasi aktif anggota.
- c. Mewujudkan pelayanan yang profesional melalui peningkatan SDM dan kerjasama dengan lembaga ekonomi lainnya.

Analisa Hasil Penelitian

Analisis Deskriptif

Data deskriptif menggambarkan keadaan atau kondisi responden perlu diperhatikan sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen pada Swalayan Sinar Harapan, yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 98 responden. Maka, data menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menjawab kuesioner adalah responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 63 responden dengan persentase (64,3%) dan sisanya adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 35 dengan persentase (35,7%).

Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur dalam sebuah penelitian. Kuesioner dalam penelitian ini pun harus diuji validitasnya. Apakah kuesioner valid dan dapat digunakan sebagai *instrument* pengumpulan data atau kuesioner tidak valid sehingga tidak mampu memberikan informasi dan hal yang ingin diukur dalam penelitian ini. Kriteria pengambilan keputusan valid

tidaknya suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} = r_{tabel}$, maka item-item pernyataan dari kuesioner adalah valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item-item pernyataan dari kuesioner adalah tidak valid.
- c. r_{tabel} diperoleh dari $df = n - 2$ dengan tingkat signifikansi 95% atau $\alpha = 5\%$.

Dimana:

df : *degree of freedom*.

n : jumlah sampel.

Dari tabel hasil uji menunjukkan bahwa nilai koefisien validitas tiap item pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} ($\alpha = 0,05$) yang berarti tiap-tiap item variabel adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel keragaman produk, harga, lokasi, dan kepuasan konsumen.

Uji Reliabilitas

Hasil 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. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua konsep pengukur masing-masing variabel adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

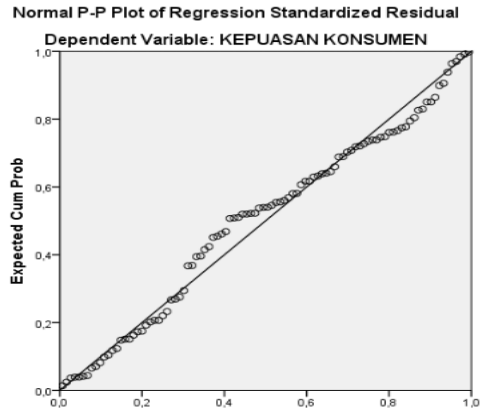
1. Uji Normalitas

Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (uji *Kolmogorov-smirnov*), adapun penjelasan mengenai uji normalitas

data adalah sebagai berikut (Ghozali, 2018:160).

Uji Normalitas Secara Grafik

Gambar 1 Uji Normalitas

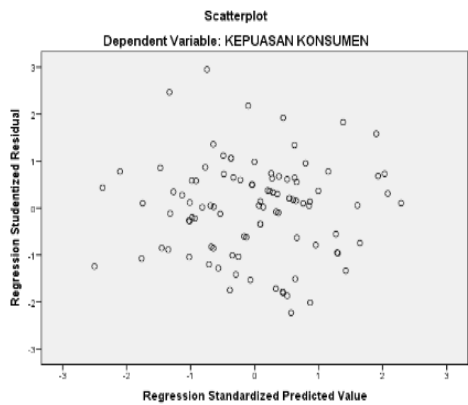


Grafik normal *plot* terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Grafik ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena asumsi normalitas. Uji Normalitas Secara Statistik Berdasarkan uji *kolmogorov-smirnov* dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai $sig = 0,099 > 0,05$ ini mengartikan bahwa semua data terdistribusi dengan normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Grafik *scatterplot* yang ada pada gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, (Ghozali, 2018:139)

Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas



Uji Heteroskedastisitas Secara Tabel Statistik menjelaskan bahwa nilai sig. (2-tailed) pada *unstandardized Residual* diatas untuk variabel keragaman produk sebesar 0,962, variabel harga sebesar 0,493 dan variabel lokasi sebesar 0,861 yang artinya nilai tersebut berada diatas 0,05 (*cut-off*), artinya data tersebut tidak terjadi pelanggaran asumsi klasik heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Tabel 1 Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
KERAGAMAN PRODUK	,725	1,380
HARGA	,788	1,270
LOKASI	,705	1,419

Tabel di atas menjelaskan bahwa data yang ada tidak terjadi gejala multikolinearitas antara masing-masing variabel *independen* yaitu dengan melihat pada keragaman produk nilai VIF = 1,38 = 10 dan tolerance = 0,72 = 0,10 pada harga nilai VIF = 1,27 = 10 dan tolerance = 0,78 = 0,10 dan pada lokasi nilai VIF

= 1,41 = 10 dan tolerance = 0,70 = 0,10. Nilai VIF yang diperbolehkan hanya mencapai 10 maka data di atas dapat dipastikan tidak terjadi gejala multikolinearitas. Karena data di atas menunjukkan bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 keadaan seperti itu membuktikan tidak terjadinya multikolinearitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu Motivasi Kerja (X₁), Lingkungan Kerja (X₂) dan Disiplin Kerja (X₃) terhadap variabel terikat yaitu Prestasi Kerja (Y) di Unit Pelaksana Teknis RSUD Asembagus. Hasil dari SPSS 25 yang digunakan sebagai alat analisis maka hasil regresi berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Regresi Linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-1,711E-16	,092		,000	1,000
KERAGAMAN PRODUK	,046	,108	,046	,430	,668
HARGA	,293	,104	,293	2,824	,006
LOKASI	,212	,110	,212	1,930	,057

Berdasarkan table di atas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -1,711E-16 + 0,046 + 0,293 + 0,212X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel kepuasan konsumen.

X₁ : Variabel keragaman produk.

X₂ : Variabel harga.

X₃ : Variabel lokasi.

a : Konstanta.

β₁, β₂, β₃ : Koefisien regresi.

e : kemungkinan kesalahan.

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

$-1,711E-16$ = adalah nilai konstanta, dengan demikian nilai konstanta ini menunjukkan besarnya nilai variabel terikat yaitu kepuasan konsumen di Swalayan Sinar Harapan, jika variabel keragaman produk, harga dan lokasi nilainya 0 atau konstan.

$0,046$ = adalah besarnya koefisien variabel keragaman produk yang berarti setiap peningkatan variabel keragaman produk sebesar 1%, maka kepuasan konsumen meningkat $0,046$ % dengan asumsi variabel lainnya (harga dan lokasi) tetap atau konstan.

$0,293$ = adalah besarnya koefisien variabel harga yang berarti setiap peningkatan variabel harga sebesar 1%, maka kepuasan konsumen meningkat $0,293\%$ dengan asumsi variabel lainnya (keragaman produk, dan lokasi) tetap atau konstan.

$0,212X3$ = adalah besarnya koefisien variabel lokasi yang berarti setiap peningkatan variabel lokasi sebesar 1%, maka kepuasan konsumen meningkat $0,212\%$ dengan asumsi variabel lainnya (keragaman produk dan harga) tetap atau konstan.

e = adalah nilai residu atau 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 $0,092$ artinya seluruh variabel yang dihitung dalam uji SPSS versi 22 for windows 10 memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar $0,092$.

Uji Parsial (t-test)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara parsial (sendiri-sendiri) variabel X (keragaman produk, harga dan lokasi) terhadap variabel Y (kepuasan konsumen).

- 1) Nilai untuk variabel keragaman produk ini sebesar $0,430$. Sementara itu nilai pada distribusi 5% sebesar $1,985$, maka $0,430 < 1,985$ dan nilai signifikan $0,668 > 0,05$, Ha ditolak artinya variabel keragaman produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Sinar Harapan.
- 2) Nilai untuk variabel harga ini sebesar $2,824$. Sementara itu nilai pada distribusi 5% sebesar $1,985$, maka $2,824 > 1,985$ dan nilai signifikan $0,006 < 0,05$, Ha diterima artinya variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Sinar Harapan.
- 3) Nilai untuk variabel lokasi ini sebesar $1,930$. Sementara itu nilai pada distribusi 5% sebesar $1,985$, maka $1,930 < 1,985$ dan nilai signifikan $0,057 > 0,05$, Ha ditolak artinya variabel lokasi tidak

berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Sinar Harapan.

Uji Simultan (F-test)

Uji simultan atau uji F merupakan ujisecara bersama-sama untuk menguji pengaruh signifikan variabel keragaman produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil membandingkan dengan $8,015 > 2,70$ dan berdasarkan pengujian statistik dengan menggunakan metode uji F, dimana tingkat signifikan yang diperoleh $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian (H2) yang menyebutkan bahwa keragaman produk, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Sinar Harapan dapat diterima.

Uji Dominan

Pengujian hipotesis variabel bebas keragaman produk, harga dan lokasi berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji ini menunjukkan nilai pengaruh positif variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan nilai pengaruh variabel keragaman produk () 0,430 sebesar variabel harga sebesar 2,824 dan variabel lokasi sebesar 1,930. Kesimpulannya adalah nilai variabel harga lebih besar dari variabel keragaman produk dan lokasi yaitu sebesar 2,824 dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh paling dominan terhadap variabel kepuasan konsumen tidak dapat diterima.

Koefisien Determinasi

Hasil dari nilai koefisien determinasi atau *R square* menunjukkan nilai sebesar 0,204 dari hasil tersebut berarti seluruh variabel bebas keragaman produk, harga, dan lokasi mempunyai kontribusi sebesar 20,4% terhadap variabel terikat kepuasan konsumen dengan tingkat ketetapannya rendah, dan sisanya sebesar 79,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian.

Pembahasan

1. Deskripsi keragaman produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Sinar Harapan di Kabupaten Situbondo.

Menurut Kotler dan Keller (2012:15) mengemukakan bahwa keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Tjiptono (2010:151) mengemukakan bahwa “harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan”. Lokasi menurut Lopiyoadi (2015:96) adalah merupakan keputusan yang di buat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan.

Kotler (2009:138) mengemukakan bahwa “kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka”.

a. Pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen

Hasil analisis menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) yang menyatakan ada pengaruh secara parsial antara keragaman produk terhadap kepuasan konsumen adalah tidak dapat diterima.

Hasil ini mengindikasikan bahwa jika persepsi konsumen tentang keragaman produk Swalayan Sinar Harapan meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat tapi tidak signifikan, begitupun sebaliknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden pada Swalayan Sinar Harapan tidak merasakan adanya keragaman produk yang berkualitas dan sesuai dengan yang ada di Swalayan Sinar Harapan.

Hasil penelitian ini tidak mendukung dengan Hasil penelitian Dyah Ayu Permatasary (2014) yang menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta.

b. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

Hasil analisis menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan. Berdasarkan pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) yang menyatakan ada pengaruh secara parsial antara harga terhadap kepuasan konsumen adalah dapat diterima.

Hasil ini mengindikasikan bahwa jika persepsi konsumen tentang harga

pada Swalayan Sinar Harapan meningkat, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat, dan sebaliknya jika persepsi konsumen tentang harga menurun maka kepuasan konsumen juga akan menurun. Harga adalah variabel kedua yang dominan mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden Swalayan Sinar Harapan telah merasakan adanya harga yang sesuai atau sejalan dengan penelitian Rendy Gulla (2015) bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Manado Grace Inn.

c. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen

Hasil analisis menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kepuasan. Berdasarkan pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) yang menyatakan ada pengaruh secara parsial antara lokasi terhadap kepuasan konsumen adalah tidak dapat diterima.

Hasil ini mengindikasikan bahwa jika persepsi konsumen tentang lokasi pada Swalayan Sinar Harapan meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat tapi tidak signifikan, begitupun sebaliknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden pada Swalayan Sinar Harapan tidak merasakan adanya lokasi yang dianggap sesuai dengan tempat pada Swalayan Sinar Harapan. Hasil penelitian ini tidak mendukung dengan Hasil penelitian Ali Hasan (2010) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan

konsumen (Studi Pada Depot Asri Bondowoso).

Saran

Berdasarkan analisa data, pembahasan dan hasil penelitian pada bab sebelumnya maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Universitas.

Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo, hasil penelitian ini untuk menambah pengetahuan khususnya tentang manajemen pemasaran sebagai bahan kajian dan dijadikan referensi mengenai keragaman produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi peneliti lain.

Bagi pihak yang ingin melakukan penelitian sejenis, disarankan untuk meneliti variabel-variabel lain selain keragaman produk, harga, dan lokasi karena dari penelitian ini diketahui 79,6% masih ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan juga menambah referensi uku untuk melakukan penelitian supaya hasil sesuai dengan teori.

3. Bagi Swalayan Sinar Harapan Situbondo.

Swalayan Sinar Harapan Situbondo diharap selalu menjaga kelengkapan keragaman produk untuk menjaga tingkat kepuasan konsumen yang dilakukan oleh pelanggan, dan menambah lebih banyak pemasangan petunjuk arah menuju Swalayan Sinar Harapan Situbondo. Hal ini bertujuan untuk mempermudah calon konsumen yang ingin membeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2011. *Pemasaran strategi jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian*. Ed. Revisi IV. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Febriyanto. 2017. “Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Rawon Taman Makam Pahlawan Situbondo”. Tidak Diterbitkan. Skripsi. Situbondo. Universitas Abdurachman Saleh Situbondo.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Gulla, R. 2015. “Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn”. Diterbitkan. Skripsi. Manado. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Hasibuan, M. S. P. 2007. *Menejemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksa. skandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: GP Press.
- Kotler, P. 2008. *Menejemen Pemasaran*. Edisi Melinium. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. 2009. *Menejemen Pemasaran*. Jakarta. PT. Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, P. 2015. *Manajemen Ritel: (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*. Alih bahasa Utami, C. W. Jakarta: Salemba Empat.

- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2009. *Menejemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P.. 2012. *Manajemen Pemasaran* . Edisi 12. Jakarta: Erlangga. Lamb, C. W. 2009. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lopiyoadi, R. 2013. *Manajemen pemasaran jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta Salemba Empat.
- Martono, N. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raya Grafindo Persada.
- Permatasary, D. A. 2014. “Pengaruh Harga dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta”. Diterbitkan. Skripsi. Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Poltak, L. 2014. *Metode penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Graha ilmu. Hasan, A. 2010. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Depot Asri Bondowoso)”. Diterbitkan. Skripsi. Jember. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jember.
- Riduwan dan Kuncoro, E. A. 2017. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta. Rizal, S. 2017. “Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Nasi Sodu Nabila Asembagus Situbondo”. Tidak Diterbitkan. Skripsi. Situbondo. Universitas Abdurachman Saleh Situbondo.
- Sanusi, A. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.