

# **PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA “SENYUM MEDIA STATIONARY” JEMBER**

**Oleh:**

**Wahyu Riksa Prasetyawati**

Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember

Email : [riksaprasetya5@gmail.com](mailto:riksaprasetya5@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi dan kelengkapan produk secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada “Senyum Media Stationary” Jember. Dimana diajukan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu harga, lokasi dan kelengkapan produk sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini sejumlah 100 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen yang pernah melakukan pembelian di Senyum Media Stationary Jember. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian *explanatory* (penjelasan) menggunakan metode *accidental sampling* dengan sampel 100 responden. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda dengan software SPSS. Hasil uji t menunjukkan signifikansi harga (0,000), lokasi (0,004) dan kelengkapan produk (0,000) lebih kecil dari 0,05 yang artinya bahwa variabel harga, lokasi dan kelengkapan produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

***Kata Kunci : Harga, Lokasi, Kelengkapan Produk dan Kepuasan Konsumen***

## **ABSTRACT**

*This research to determine the effect of price, location and completeness of the product to customer satisfaction in “senyum media stationery jember”. Where is proposed three independent variables and one dependent variable, that is price, location and completeness of product as independent variable and consumer satisfaction as dependent variable. The population in this research were 100 respondents. The population in this research are customers or consumers who have made a purchase in senyum media stationery jember. Quantitative descriptive research type with research explanatory design use with accidental sampling method with 100 respondent sample. Analyzer uses multiple linear regression with SPSS software. Result of t test Shows price significance (0,000), location (0,04), completeness of the product (0,000) smaller than 0,05 Which means that the variable price, location and completeness of the product have a significant influence on customer satisfaction.*

***Key word : price, location, completeness of product and customer satisfaction.***

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangat pesat, membuat para pelaku bisnis harus saling bersaing untuk menarik para konsumen. Para pelaku bisnis dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif agar dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Perusahaan diharapkan mampu untuk memenuhi apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh para konsumen. Karena konsumen saat ini sudah mulai kritis dan cerdas dalam memilih produk mana yang mereka butuhkan dan bagaimana manfaatnya untuk mereka. Sehingga perusahaan harus bisa memahami perkembangan dan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen, dengan terus meningkatkan kekuatan yang dimiliki. Selain itu dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan produk perusahaan dibandingkan dengan pesaing agar dapat menarik konsumen melakukan pembelian (Fajar, 2016). Dengan adanya beberapa toko eceran dan juga tempat foto copy yang menyediakan alat tulis dan kantor menyebabkan terjadinya persaingan (Ernawati, 2014).

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Hal ini sesuai dengan pengamatan yang dilakukan Dhita (2013) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen di pengaruhi oleh harga dan lokasi, konsumen umumnya tertuju pada harga yang diberikan oleh perusahaan, karna pentingnya fungsi yang mereka ingin capai. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan berbagai cara, salah satu cara yang dapat diukur yaitu umpan balik pasar secara volunteer maksudnya komentar tertentu yang baik yang diutarakan oleh konsumen dengan tujuan untuk mengetahui seberapa puas konsumen dalam melakukan pembelian di suatu toko atau perusahaan. Kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktek pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis.

Harga merupakan salah satu faktor penentu yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kotler dan Armstrong (2008) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari barang atau produk yang sudah dibeli oleh pelanggan tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fardiani (2013) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga merupakan faktor penentu utama keberhasilan suatu perusahaan, karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya, baik berupa barang ataupun jasa.

Faktor lain yang juga mempengaruhi kepuasan konsumen adalah Lokasi. Menurut Swastha (2002) Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan dalam pengembangan usaha. Lokasi merupakan hal yang paling penting yang menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Hal ini didukung oleh pengamatan yang dilakukan oleh Wulandari (2013) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Keputusan pemilihan lokasi dalam suatu usaha mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha dimasa mendatang sehingga lokasi yang dipilih haruslah mampu mengalami pertumbuhan ekonomi agar usahanya dapat bertahan. Lokasi usaha yang strategis dan mudahnya akses kendaraan menuju lokasi usaha tersebut memberikan kepuasan tersendiri bagi para pelanggan atau konsumen. Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kelengkapan produk.

Menurut Hendri (2005) kelengkapan produk merupakan kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk yang berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi) untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel. Kelengkapan produk menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian, kelengkapan produk merupakan kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk yang berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi) untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel (Ma'ruf, 2005). Hal ini didukung oleh penelitian Dhita (2013) yang menyatakan bahwa kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kelengkapan produk yang disediakan dengan baik oleh perusahaan tidak hanya akan menarik minat konsumen tetapi juga dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja. Hal ini memungkinkan mereka menjadi pelanggan yang setia dan pada akhirnya dapat mencapai sasaran dan tujuan perusahaan.

Senyum Media Stationary merupakan toko alat tulis sekolah dan kantor terlengkap dan murah yang berada di Jember, toko ini merupakan toko terlengkap yang menyediakan perlengkapan alat tulis sekolah dan kantor, perlengkapan rumah tangga, aksesoris, kebutuhan pokok seperti (sabun mandi dan detergen, sikat gigi, pasta gigi, pewangi pakaian, tissue, shampo, dan lain sebagainya) serta kosmetik. Toko Senyum Media Stationary merupakan toko dengan karakteristik bersih, aman dan mudah dijangkau (Ernawati, 2014). Senyum

Media Stationary juga merupakan toko yang berhasil menarik minat pelanggan untuk melakukan pembelian di toko tersebut, selain harga yang disediakan terjangkau dan relatif murah dibandingkan toko-toko lainnya, Senyum Media Stationary juga memiliki lokasi yang sangat terjangkau sehingga memudahkan para pelanggan atau konsumen untuk berbelanja di toko tersebut khususnya para pekerja, mahasiswa dan pelajar. Karyawan Senyum Media Stationary dalam melayani konsumen juga ramah dan siap membantu konsumen jika memerlukan bantuan. Tempat yang disediakan Senyum Media Stationary juga luas terdiri dari dua lantai, lantai bawah berisi alat tulis sekolah dan kantor, kosmetik dan kebutuhan pokok lainnya, sedangkan dilantai dua berisi peralatan rumah tangga dan aksesoris. Tempat parkir yang disediakan toko tersebut juga lumayan luas jadi konsumen tidak perlu khawatir selama melakukan berbelanja di toko tersebut. Selain itu, Senyum Media Stationary juga mempunyai permasalahan di dalamnya, yaitu didalam Senyum Media Stationary masih ada beberapa penataan barang-barang yang masih kurang rapi, masih banyak sebagian barang-barang yang berserakan sehingga mempersulit pelanggan dalam mencari barang yang dibutuhkan.

Saat ini Senyum Media Stationary mempunyai pesaing yang sama dibidang usahanya, toko yang menjadi pesaing Senyum Media Stationary adalah Bursa Mahasiswa dan Asia Stationary. Kedua toko ini menyediakan barang-barang yang dijual hampir sama dengan Senyum Media Stationary, tetapi Senyum Media Stationary masih lebih lengkap dalam menyediakan barang-barang yang dibutuhkan oleh konsumen dibandingkan dengan kedua toko tersebut. Hal ini menyebabkan konsumen lebih banyak melakukan pembelian di Senyum Media Stationary dibandingkan di kedua toko tersebut. Fenomena dalam penelitian ini adalah penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, lokasi dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen, mengingat Senyum Media Stationary merupakan toko yang lebih banyak menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian dibandingkan toko dibidang yang sama lainnya.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Metode Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan pengolahan data menggunakan SPSS.

#### **1. Analisis Kuantitatif**

Analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya

pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya, dengan menggunakan alat analisis statistik. Pengolahan data dengan analisis kuantitatif melalui beberapa tahap yaitu :

a) Editing (pengeditan)

Tahapan ini berfungsi untuk memilih data yang diperlukan oleh penelitian dan membuang data yang tidak diperlukan.

b) Coding (pengkodean)

Tahapan ini merupakan suatu proses pemberian kode-kode tertentu terhadap macam kuesioner untuk pengkategorian kelompok yang sama.

c) Scoring (pemberian skor)

Tahapan ini berfungsi mengubah data yang bersifat kualitatif ke dalam data kuantitatif. Pada tahap ini, skor yang dipergunakan adalah skala

Likert David A Aker yaitu :

a. Sangat Setuju, skornya bernilai 5

b. Setuju, skornya bernilai 4

c. Kurang setuju, skornya bernilai 3

d. Tidak Setuju, skornya bernilai 2

e. Sangat Tidak Setuju, skornya bernilai 1

d) Tabulating ( tabulasi )

Tahapan ini berfungsi mengelompokkan data secara teratur atas jawaban-jawaban yang akan dihitung dan dijumpai sampai berbentuk guna. Dengan demikian, melalui tabulasi ini nantinya akan dipakai membuat data tabel untuk mendapatkan pengaruh antara variabel-variabel yang ada.

## 2. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran itu (kuesioner) mengukur apa yang kita ukur menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran itu (kuesioner) mengukur apa yang kita ukur dalam sebuah penelitian secara tepat. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Untuk menguji validitas tersebut dapat digunakan rumus korelasi *Product moment* (singarimbun, 2004).

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n(\sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

n : jumlah data observasi

X : variabel bebas

Y : variabel terikat

r : koefisien korelasi *Product moment pearson's*

Menurut Sarwono (2006) ada beberapa tahap yang dilakukan analisis validitas, yaitu :

- a. Menentukan hipotesis (skor butir berkorelasi atau tidak berkorelasi positif dengan skor faktor).
- b. Menentukan besarnya nilai r tabel dengan ketentuan  $df = \text{jumlah kasus} - 2$  yaitu  $df = 59 - 2 = 57$  dan tingkat signifikan 5% angkanya 0,216.
- c. Menghitung r kuesioner untuk setiap butir pertanyaan yang hasilnya dapat dilihat pada bagian output *Corrected Item Total Correlation*.
- d. Item pertanyaan dikatakan valid apabila memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation* yang lebih besar dari pada r tabel ( $r \text{ kuesioner} > 0,216$ ).

### 3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat keandalan kuesioner, suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005). Uji reliabilitas digunakan dengan cara one shot atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS uji statistik *Cronbach Alpha (a)*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0.60$  (Ghozali, 2005).

Dengan rumus :

$$a = \frac{(k) \text{cov} / \text{var}}{1 + (k - 1) \text{cov} / \text{var}}$$

Keterangan :

a = alpha

k = jumlah butir dalam skala / pertanyaan

cov = rerata kovarian diantara butir

var = rerata varian dari butir

### **3. Uji Asumsi Klasik**

Model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil merupakan model regresi yang menghasilkan estimator/ BLUE. Sebelum dilakukan uji analisis regresi linier berganda maka harus dipenuhi dengan beberapa asumsi klasik sebagai berikut :

#### **1. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas/independen (Ghozali, 2006). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Deteksi untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*, dan nilai *tolerance*. Gejala multikolinearitas tidak terjadi apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 serta nilai *tolerance* kurang dari 0,10.

#### **2. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (*ZPRED*) dengan residualnya (*SRESID*). Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006).

#### **3. Uji Normalitas**

Bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik (Ghozali, 2006). Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

#### **4. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Analisis Regresi Linier

Berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor lokasi, kelengkapan produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$\text{Kepuasan konsumen} = + 1 \text{ Harga} + 2 \text{ Lokasi} + 3 \text{ Kelengkapan produk} + e$$

## 5. Pengujian Hipotesis

### 1. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independen, apakah variabel harga (X1), lokasi (X2) dan kelengkapan produk (X3) benar-benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependennya yaitu kepuasan konsumen (Y).

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2006). Pengujian parsial regresi dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel yang lain itu konstan. Untuk melakukan pengujian t maka dapat digunakan dengan rumus :

Dasar pengambilan keputusan :

1.  $H_0 : b_i = 0, i = 1, 2, 3, 4$

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, tidak ada pengaruh secara parsial (individu) antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

2.  $H_a : b_i \neq 0, i = 1, 2, 3, 4$

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ada pengaruh secara parsial (individu) antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Menggunakan taraf signifikansi 5% kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  (sig. < 0.05) maka hipotesis diterima, artinya variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari  $\alpha$  (sig. > 0.05) maka hipotesis ditolak, variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### 2. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam rangka menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai (R<sup>2</sup>) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk

memprediksi variasi variable dependen. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel harga (X1) lokasi (X2) Kelengkapan produk (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y), maka digunakan rumus koefisien determinan berganda sebagai berikut (supranto, 2003) :

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y}{\sum Y}$$

Keterangan :

R<sup>2</sup> = koefisien determinasi berganda

b = koefisien regresi berganda variabel X<sub>1</sub>,X<sub>2</sub>,X<sub>3</sub> terhadap Y

Y = kepuasan konsumen

X<sub>1</sub>,X<sub>2</sub>,X<sub>3</sub> = harga, lokasi dan kelengkapan produk

Kriteria pengujian :

- a. Apabila R mendekati 1 berarti pengaruh antar variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat terdapat pengaruh yang kuat.
- b. Apabila R mendekati 0 berarti pengaruh antar variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat terdapat pengaruh yang lemah atau tidak ada.
- c. Apabila R sama dengan 1 berarti pengaruh antar variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat terdapat pengaruh yang sempurna.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup baik. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa harga, lokasi dan kelengkapan produk yang diberikan oleh Senyum Media Stationary secara umum sudah baik. Maka dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan konsumen yang tinggi dari responden. Hal ini sudah dibuktikan dari hasil uji hipotesis melalui SPSS juga dari penelitian terdahulu.

### **1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil uji hipotesis harga membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan 4,984. Hal ini sependapat dengan hasil uji penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ferdiani (2013) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen/pelanggan. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena harga merupakan faktor utama yang banyak dipertimbangkan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian. Apabila harga yang ditawarkan terjangkau dan produk yang disediakan sesuai dengan kualitasnya maka konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian. Diketahui empat indikator dari harga yang diteliti dan ke empat indikator ini masing-masing sudah memenuhi kepuasan konsumen.

Harga merupakan salah satu faktor penentu untuk menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian. Menurut Kotler (2000) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan harga adalah uang ditetapkan oleh produk untuk dibayar oleh konsumen atau pelanggan guna menutupi biaya produksi, distribusi penjualan pokok termasuk pengembalian yang menandai atas usaha dan resikonya. Hal ini sesuai dengan harga yang ditawarkan Senyum Media Stationary mampu bersaing di pasar dibandingkan dengan pesaing-pesaing yang ada disekitarnya seperti Bursa Mahasiswa dan Asia Stationary. Seperti contoh harga buku tulis Sinar Dunia yang ada di Senyum Media Stationary dibandrol dengan harga Rp 18.400 sedangkan di Bursa Mahasiswa dibandrol dengan harga Rp 20.00 dan di Asia Stationary Rp20.500, sehingga dapat dikatakan bahwa Senyum Media Stationary menawarkan harga yang relatif murah dibandingkan toko-toko tersebut. Hal ini membuktikan bahwa Senyum Media Stationary menawarkan harga yang mampu bersaing dipasar dan Senyum Media Stationary lebih banyak menarik minat beli konsumen karena harga yang ditawarkan lebih terjangkau dibandingkan toko-toko sejenis yang ada disekitarnya.

## **2. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan 2,962. Lokasi merupakan salah satu yang dipertimbangkan oleh pengusaha sebelum membuka usahanya. Pemilihan lokasi yang baik juga merupakan keputusan yang sangat penting, karena keputusan pemilihan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau hanya disewa. Lokasi juga akan mempengaruhi pertumbuhan usaha di masa mendatang sehingga lokasi yang dipilih haruslah mampu mengalami pertumbuhan ekonomi agar usahanya dapat bertahan dan juga memberikan rasa puas kepada konsumen sehingga konsumen bertahan dan akan tetap loyal terhadap toko tersebut (Lamb, 2001). Hal ini sependapat dengan penelitian Wulandari (2013) membuktikan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Apabila lokasi yang disediakan dekat dengan pusat keramaian dan juga tersedianya lahan parkir, maka konsumen akan loyal dalam melakukan pembelian. Empat indikator dari lokasi yang diteliti ke empatnya sudah memenuhi kepuasan

konsumen. Oleh karena itu, kemudahan lokasi menjadi hal penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Setelah dilakukan uji hipotesis dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Lokasi Senyum Media Stationary sangat strategis, aman dan nyaman. Senyum Media Stationary juga menyediakan tempat parkir yang luas dibandingkan toko-toko lain yang ada disekitarnya, seperti contoh : Bursa Mahasiswa dan Asia Stationary hanya menyediakan tempat parkir yang ada didepan tokonya saja, sedangkan Senyum Media Stationary menyediakan tempat parkir tidak hanya didepan tokonya saja melainkan di halaman samping tokonya juga di sediakan untuk tempat parkir sehingga konsumen yang akan melakukan pembelian tidak perlu bingung atau khawatir untuk memarkirkan kendaraannya. Hal ini dapat dikatakan bahwa secara lokasi Senyum Media Stationary sudah mampu bersaing dan layak untuk bersaing dibandingkan toko-toko sejenis yang ada disekitarnya.

### **3. Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan 5,614. Kelengkapan produk merupakan hal yang juga sangat penting yang perlu diperhatikan oleh seorang pengusaha. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan pada karakteristik, ciri atau atribut produk dari produk tersebut (Kotler, 2002). Kelengkapan produk dapat mempengaruhi rasa puas yang dimiliki konsumen, karena pada dasarnya konsumen akan lebih loyal terhadap toko yang menyediakan produk yang lengkap sehingga konsumen tidak perlu mencari ke toko lain. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Dhita (2013) membuktikan bahwa kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Apabila produk yang ditawarkan bervariasi dan tersedianya stok produk, hal ini akan memenuhi kepuasan konsumen.

Hasil penelitian diatas sesuai dengan kondisi riil di objek penelitian. Produk-produk yang disediakan Senyum Media Stationary lebih lengkap dibandingkan toko-toko sejenis yang ada disekitarnya. Seperti contoh : Bursa Mahasiswa hanya menyediakan peralatan alat tulis sekolah dan kantor juga kebutuhan pokok (parfum, sabun mandi, sabun detergen, pengharum ruangan dan lain sebagainya), ada juga aksesoris yang disediakan toko tersebut namun stok produk aksesoris yang disediakan sangat terbatas. Sedangkan Asia Stationary juga hanya menyediakan alat tulis sekolah dan kantor, peralatan rumah tangga dan juga aksesoris tetapi stok produk aksesoris yang disediakan jumlahnya juga terbatas. Di Senyum Media Stationary sendiri menyediakan banyak sekali produk, sehingga konsumen yang akan

melakukan pembelian dapat membeli barang apa saja yang diinginkan dan sesuai dengan keinginan konsumen. Produk-produk yang disediakan Senyum Media Stationary meliputi : peralatan alat tulis sekolah dan kantor, novel, kosmetik, aksesoris, meja belajar, almari, peralatan rumah tangga, sepatu, sandal dan kebutuhan pokok (tissue, sabun mandi, sabun detergen, sikat gigi, pengharum ruangan, dan lain sebagainya). Sehingga konsumen lebih banyak melakukan pembelian di Senyum Media Stationary dibandingkan toko-toko lain yang ada disekitarnya. Hal ini dapat dikatakan bahwa Senyum Media Stationary secara kelengkapan produk sudah mampu bersaing dan layak untuk bersaing dengan toko-toko lain yang ada disekitarnya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji hipotesis telah membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan 0,000.
2. Dari hasil uji hipotesis telah membuktikan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi 0,004.
3. Dari hasil uji hipotesis telah membuktikan bahwa kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan 0,000.

### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka diberikan beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Senyum Media Stationary. Adapun saran-saran yang diberikan bagi perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian tentang harga, harga yang ditetapkan sudah sangat baik, harga yang ditetapkan oleh Senyum Media Stationary sangat terjangkau, hal ini tentu sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu pihak perusahaan harus mempertahankan harga yang sudah ditetapkan,.
2. Dari hasil penelitian tentang lokasi juga sudah baik, tetapi pihak dari Senyum Media Stationary harus lebih memperhatikan kembali keinginan dari setiap konsumen, karena di toko tersebut masih belum ada dan masih belum disediakan tempat bersantiaian disekitaran toko, hal ini bisa menyebabkan ketidak nyamanan konsumen daam melakukan perbelanjaan di toko tersebut. Jika konsumen merasa lelah dan ingin

beristirahat sebentar atau duduk-duduk sebentar tidak ada tempat untuk beristirahat atau bersantiaian di toko tersebut.

3. Dari hasil penelitian tentang kelengkapan produk sudah sangat baik juga, produk-produk yang disediakan oleh Senyum Media Stationary tersebut sudah lengkap dan banyak diminati oleh konsumen juga sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tetapi pihak dari Senyum Media Stationary juga harus lebih memperhatikan penataan barang-barang yang ada di Senyum Media Stationary tersebut, karena masih ada sebagian barang yang masih belum tertata rapi sehingga menyebabkan konsumen kesulitan dalam memilih produk/barang yang dibutuhkan.

### **5.3 Bagi Penelitian Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian sejenis diharapkan dapat mengobservasi lebih jauh tentang permasalahan yang akan di bahas, dan hendaknya menambah variabel bebas lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, karena masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti harga, lokasi, kelengkapan produk, promosi, kualitas produk dan lain sebagainya. Sehingga dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih luas dan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Assauri, Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Gramedia Puataka Utama, Rajawali : Jakarta.
- Adi, A. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. e-jurnal undip, Vol 1, Nomor 1, Tahun 2012. Diakses 8 Desember 2014.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama : Salemba Empat, Jakarta.
- Dhita, Nova. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang)*. (skripsi belum di publikasikan). Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Diponegoro : Semarang.
- Ernawati. 2014. *Peran Toko “Senyum Media” di Jalan Kalimantan no 7 Terhadap Kebutuhan Mahasiswa Unej*. (skripsi belum di publikasikan). Universitas : Jember.
- Fardiani, AprilliaNia. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Cafe Pandanaran Semarang*. (skripsi belum di publikasikan). Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Diponegoro : Semarang.

- Ferdinand, Augusty 2006. *Metode Penelitian Manajemen. Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan disertai Ilmu Manajemen*". (skripsi belum di publikasikan). Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghanimata,Fityanita. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*. (skripsi belum di publikasikan). Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro : Semarang Ghozali, Imam, 2006, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Hendri, Ma'ruf. 2006. *Pemasaran Ritel*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Hendri, M, 2005. *Pemasaran Ritel*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- J. Supranto. 2003. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Edisi Lima. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Kotler dan Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga : Jakarta.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Terjemahan Edisi Millenium. Prenhallindo : Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Perilaku Konsumen*. Salemba Empat : Jakarta.
- Lupiyoadi, R. & A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lamb, Hair, Mcdaniel. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama : Salemba Empat, Jakarta.
- Martanti. 2006. *Metode Penelitian*. BPFE : Yogyakarta.
- Hendri, Ma'ruf, 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Nugroho dan Ratih Paramita. 2009. *Analisis Pengaruh Lokasi, Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang*. EKOBIS vol. 2 no. 1.Universitas Islam Sultan Agung : Semarang.
- Nur, Fajar. 2016. *Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta)*. (skripsi belum dipublikasikan). Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Syamsi. 2008. *Al Qolam Bandar Lampung. Jurnal Ekonomi & Pendidikan*. Volume 5 Nomor 1, April 2008.

- Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Siswa Bimbingan Dan Konsultasi Belajar*. Yogyakarta.
- Swasta, Basu. 2010. *Manajemen Penjualan Pelaksanaan Penjualan*. BPFE : Yogyakarta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta : Bandung.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. (2004). *Metode Penelitian Survei*. PT Pustaka LP3ES : Jakarta.
- Tjiptono, Fandi dan Gregorius Candra. 2005. *Service, Quality, Satisfaction*. Andi Offset : Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi : Yogyakarta.
- Utami, 2010. *Konsep Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia : Jakarta.
- Umar, Husein. 2005. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Wulandari, Nur. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kopi Kita Semarang)*. (skripsi belum di publikasikan). Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Diponegoro : Semarang.