

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian

1. Obyek Penelitian

Swalayan Naraya adalah suatu bentuk usaha yang bergerak di bidang ritel khususnya toko swalayan. Swalayan ini terbentuk pada tahun 2015 pada bulan Juni. Pemilik swalayan ini bernama bapak Taufiqurahman dan ibu Munjiati Munawaroh. Swalayan ini beralamatkan di jalan Gonjen, Tamantirto, Kasihan, Bantul. Lokasi Swalayan Naraya berada di dekat jalan raya, *ring road* dan pemukiman penduduk. Swalayan Naraya yang buka dari pukul 06:15 sampai 21:45 ini memiliki dua lantai. Lantai pertama mendisplay berbagai macam snack dan makanan ringan, obat-obatan, kosmetik, peralatan rumahtangga, mainan, dsb. Sedangkan di lantai dua mendisplay berbagai busana baik pakaian untuk dewasa, maupun anak-anak, juga mendisplay berbagai jilbab, jam dinding, dompet. Saat ini Swalayan Naraya memiliki 12 karyawan yang siap melayani pelanggan yang datang ke swalayan ini. Karyawan di swalayan Naraya bersikap baik dan ramah dalam melayani konsumen.

2. Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah para konsumen swalayan Naraya yang berusia minimal 18 tahun dan sudah pernah melakukan pembelian minimal satu kali. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan

terhadap 100 responden. Berikut ini adalah tabel yang menjelaskan pengembalian kuisisioner.

Tabel 4.1
Tingkat Pengembalian Kuisisioner

Jumlah kuisisioner yang disebar	100
Jumlah kuisisioner yang kembali	100
Tingkat pengembalian kuisisioner yang dapat dapat digunakan	100%

Sumber : Data primer diolah 2017

Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini disebar 100 kuisisioner pada 100 responden, hasil penyebaran kuisisioner sebanyak 100 dan berhasil terkumpul 100 kuisisioner (100%). Kuisisioner yang terjawab lengkap dengan baik dan layak dianalisis dalam penelitian ini sebanyak 100 kuisisioner. Metode pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu menggunakan *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden, karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, status pekerjaan dan penghasilan rata-rata perbulan.

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner dapat diketahui variasi jenis kelamin responden sebagaimana tersaji dalam tabel

4.2.

Tabel 4.2
Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Pria	40	40%
2	Wanita	60	60%
Total		100	100%

Sumber : Data primer diolah 2017

Hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden dari konsumen swalayan Naraya yaitu 60 orang (60%) adalah wanita dan jumlah responden pria adalah 40 orang (40%) dari total 100 responden.

b. Usia

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner dapat diketahui variasi usia responden sebagaimana tersaji dalam tabel 4.3.

Tabel 4.3
Kategori Umur Responden

No	Umur	Jumlah	Presentase
1	18 – 20 Tahun	13	13 %
2	21 – 30 Tahun	67	67 %
3	31 – 40 Tahun	19	19%
4	41 – 50 Tahun	1	1%
5	> 50 Tahun	-	-
Total		100	100 %

Sumber : Data primer diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah yang berumur antara 21-30 tahun sebanyak 67 (67%), diikuti dengan usia responden yang berumur 31 -

40 tahun 19 (19%). Proporsi demikian menunjukkan adanya distribusi umur yang mencolok adalah pada umur yang relatif muda

c. Profesi

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner dapat diketahui variasi profesi responden, sebagaimana tersaji dalam tabel 4.4

Tabel 4.4
Jenis Profesi Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Pelajar / mahasiswa	67	67%
2	Pegawai Negeri	3	3%
3	Karyawan Swasta	15	15%
4	Wiraswasta	4	4%
5	Lain-lain	11	11%
Total		100	100%

Sumber : Data primer diolah 2017

Tabel 4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa yaitu sebanyak 67 orang (67%), diikuti oleh responden dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta sebanyak 15 orang (15%).

d. Pendapatan

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner dapat diketahui variasi pendapatan responden, sebagaimana tersaji dalam tabel 4.5

Tabel 4.5
Tingkat Pendapatan Responden

No	Pendapatan	Jumlah	Presentase
1	< 1.000.000	46	46%
2	1.100.000 – 2.500.000	39	39%
3	2.600.000 – 4.000.000	15	15%
4	4.100.000 – 5.000.000	-	-
5	> 5.000.000	-	-
Total		100	100 %

Sumber : Data primer diolah 2017

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian responden adalah dengan pendapatan kurang dari 1.000.000 yaitu sebanyak 46 responden (46%), diikuti oleh responden dengan pendapatan 1.100.000 – 2.500.000 yaitu sebanyak 39 responden (39%). Hal ini menunjukkan kalangan orang yang memiliki pendapatan yang relatif rendah sebagai salah satu kelompok konsumen swalayan Naraya.

B. Uji Kualitas Instrumen dan Data

Instrumen pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel, perlu diukur validitas dan reliabilitasnya untuk menjamin kualitas dari alat ukur tersebut. Pengujian dilakukan terhadap 100 kuisisioner yang telah diisi oleh responden dengan menggunakan alat bantu *IBM SPSS Statistics 20* adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat uji mengukur apa yang harus diukur. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor butir pada kuisisioner dengan skor totalnya. Suatu *item*

dikatakan *valid* jika $\text{sig.} < 0,05$. Berikut ini adalah hasil uji validitas untuk masing-masing variabel.

a. Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Sebuah data dikatakan valid jika nilai signifikansi lebih kecil dari alpha, atau taraf signifikansi $< 0,05$. Hasil pengujian validitas kualitas produk dapat dilihat melalui tabel 4.6 dibawah ini.

Tabel 4.6
Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

NO	Sig. Hasil	Korelasi	Keterangan
KP1	0,000	0,450	Valid
KP2	0,000	0,527	Valid
KP3	0,001	0,337	Valid
KP4	0,000	0,517	Valid
KP5	0,000	0,544	Valid
KP6	0,000	0,531	Valid
KP7	0,000	0,677	Valid
KP8	0,000	0,677	Valid
KP9	0,000	0,716	Valid
KP10	0,000	0,662	Valid
KP11	0,000	0,559	Valid
KP12	0,000	0,571	Valid
KP13	0,000	0,432	Valid
KP14	0,000	0,440	Valid
KP15	0,000	0,522	Valid

Sumber : Lampiran 3 data diolah 2017

Pada tabel 4.6 tersebut terlihat masing-masing nilai *sig.* (2 *tailed*) bernilai 0,000 untuk pertanyaan nomor 1 sampai dengan pertanyaan nomor 15, kecuali pertanyaan nomor 3 yaitu 0,001. Sehingga 0,000 dan 0,001 $< 0,05$ sehingga masing-masing item pertanyaan pada variabel kualitas produk dinyatakan *valid*.

b. Validitas Lokasi (X2)

Tabel 4.7
Hasil Pengujian Validitas Variabel Lokasi

No	Sig. Hasil	Korelasi	Keterangan
L1	0,000	0,699	Valid
L2	0,000	0,777	Valid
L3	0,000	0,814	Valid
L4	0,000	0,591	Valid

Sumber : Lampiran 3 data diolah 2017

Pada tabel 4.7 tersebut terlihat masing-masing nilai *sig.* (2 *tailed*) bernilai 0,000 untuk pertanyaan nomor 1 sampai dengan pertanyaan nomor 4, sehingga $0,000 < 0,05$ sehingga masing-masing item pertanyaan pada variabel harga dinyatakan *valid*.

c. Validitas Harga (X3)

Tabel 4.8
Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga

No	Sig Hasil	Korelasi	Keterangan
P1	0,000	0,749	Valid
P2	0,000	0,696	Valid
P3	0,000	0,668	Valid
P4	0,000	0,497	Valid

Sumber : Lampiran 3 data diolah 2017

Pada tabel 4.8 tersebut terlihat masing-masing nilai *sig.* (2 *tailed*) bernilai 0,000 untuk pertanyaan nomor 1 sampai dengan pertanyaan nomor 4, sehingga $0,000 < 0,05$ sehingga masing-masing item pertanyaan pada variabel promosi dinyatakan *valid*.

d. Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.9
Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

No	Sig. Hasil	Korelasi	Keterangan
K.Kon1	0,000	0,674	Valid
K.Kon2	0,000	0,812	Valid
K.Kon3	0,000	0,803	Valid

Sumber : Lampiran 3 data diolah 2017

Pada tabel 4.9 tersebut terlihat masing-masing nilai *sig.* (2 *tailed*) bernilai 0,000 untuk pertanyaan nomor 1 sampai dengan pertanyaan nomor 3, sehingga $0,000 < 0,05$ sehingga masing-masing *item* pertanyaan pada variabel keputusan pembelian dinyatakan *valid*.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi instrument penelitian di waktu yang berbeda. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliabel hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach Alpha (α) $> 0,6$.

Hasil perhitungan uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,831	0,6	Reliabel
Lokasi	0,691	0,6	Reliabel
Harga	0,768	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,810	0,6	Reliabel

Sumber : Lampiran 3 data diolah 2017

Dari tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa nilai dari *Cronbach Alpha* untuk masing-masing variabel adalah $> 0,6$ yang berarti instrumen dalam penelitian ini reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

3. Analisis Uji F

Pengujian secara simultan (*F test*) dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, lokasi, dan harga secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji F

Model	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	16,750	3	5,583	15,540	0,000 ^b
Residual	101,682	283	0,359		
Total	118,432	286			

Sumber : Lampiran 5 data diolah 2017

Uji F bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh positif secara signifikan Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan uji F diatas, diperoleh nilai signifikansi *F test* sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti ada pengaruh signifikan dan dapat

disimpulkan secara serempak atau secara bersama-sama kualitas pelayanan, lokasi, dan harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna. Model regresi yang baik tidak mensyaratkan adanya multikolinearitas. Dampak yang diakibatkan dengan adanya multikolinearitas adalah nilai *standar error* untuk masing-masing koefisien menjadi tinggi sehingga *t* hitung menjadi rendah, *standar error of estimate* akan semakin tinggi dengan bertambahnya variabel independen, dan pengaruh masing-masing sulit di deteksi.

Untuk melihat ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Semakin kecil nilai *tolerance* dan semakin besar nilai VIF maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinearitas. Dalam banyak penelitian menyebutkan bahwa jika *tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Dari tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* pada seluruh variabel lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 sehingga pada model ini tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
X1	0,983	1,018
X2	0,909	1,100
X3	0,918	1,090

Sumber : Lampiran 4 data diolah 2017

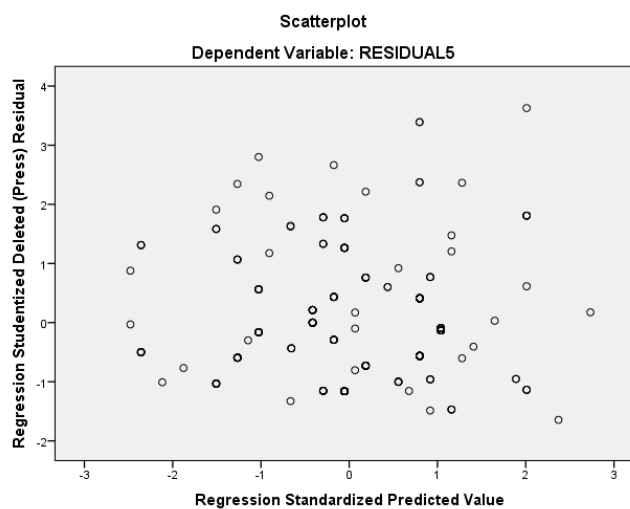
b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* antar variabel independen dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka itu yang dinamakan dengan homoskedastisitas dan jika berbeda dinamakan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Salah satu cara untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai X dan Y. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi model heteroskedastisitas dalam model ini. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.13 dan gambar 4.1 berikut ini :

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
(Constant)	0,013
1. Kualitas pelayanan	0,059
2. Lokasi	0,669
3. Harga	0,168



Gambar 4.1
Hasil Heteroskedastisitas
Sumber : Lampiran 4 data diolah 2017

Pada gambar di atas tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka model ini memenuhi asumsi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ sebelumnya. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang

waktu berkaitan satu sama lainnya. Menurut Imam Ghozali (2011). Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut ini :

Tabel 4.14
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b	
Model	Durbin-Watson
1	2,077 ^a

Sumber : Lampiran 4 data diolah 2017

Menurut tabel Durbin Watson (DW) dengan $\alpha = 5\%$, jumlah data atau $n = 100$ dengan jumlah variabel independen tiga didapatkan $dL = 1,6131$ dan $dU = 1,7364$. Kemudian dicari batas yang lain dengan rumus yaitu :

$$4-dU = 4-1,7364 = 2,2636$$

$$4-dL = 4-1,6131 = 2,3869.$$

Dengan hasil Durbin Watson didapat hasil 2,077, maka berada pada daerah tidak terjadi autokorelasi.

C. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif Jawaban Responden

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Skor					Jmlh	Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS		
	Kehandalan (Reliability)							
1	Karyawan memberi kesan baik sejak pertama kali datang	6	47	42	5	0	354	3,54
2	Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	4	58	34	4	0	362	3,62
3	Prosedur pelayanan tidak berbeli-belit	14	57	29	0	0	385	3,85
	Daya tanggap (Responsiveness)							
4	karyawan merespon keluhan dengan cepat	3	41	52	4	0	343	3,43
5	Pelayanan dilakukan dengan cepat	5	54	37	4	0	360	3,60
6	Karyawan menangani respon permintaan dari konsumen	12	57	29	2	0	379	3,79
	Jaminan (Assurance)							
7	Karyawan memiliki pengetahuan cukup dalam menjawab pertanyaan	7	45	43	5	0	354	3,54
8	Karyawan sopan dalam melayani konsumen	21	51	26	2	0	391	3,91
9	Karyawan berbicara dengan menyenangkan saat melayani	17	48	30	5	0	377	3,77
	Empati (Empathy)							
10	Karyawan memahami kebutuhan konsumen secara spesifik	3	52	39	6	0	352	3,52
11	Karyawan ramah pada konsumen	14	59	24	2	1	383	3,83
12	karyawan memberi perhatian secara individu	3	36	50	10	1	330	3,30
	Berwujud (Tangible)							
13	Area parkir nyaman	17	45	34	4	0	375	3,75
14	Sarana fisik modern	5	60	32	3	0	367	3,67
15	Penampilan karyawan rapi dan seragam	10	68	16	6	0	382	3,82
	Total						5494	54,94
	Rata-rata						366,2	3,66

Berdasarkan tabel 4.15, dapat dilihat bahwa jumlah tanggapan jawaban responden mengenai variabel kualitas pelayanan tertinggi yaitu pada pertanyaan nomor 8, yang menyatakan bahwa karyawan swalayan Naraya melayani konsumen dengan sopan. Tanggapan jawaban responden mengenai variabel kualitas pelayanan diantara ke lima belas indikator menunjukkan bahwa karyawan memberikan perhatian individu kepada konsumen memiliki rata-rata paling sedikit dibanding dengan indikator variabel kualitas produk lainnya.

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Lokasi

No	Indikator	Skor					Jmlh	Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS		
1	Lokasi mudah diakses atau dijangkau	20	52	26	1	1	389	3,89
2	Lokasi swalayan terlihat dari jalan raya	16	52	27	5	0	379	3,79
3	Lalu lintas menuju lokasi lancar dan dapat dilalui banyak kendaraan	17	57	22	2	2	385	3,85
4	Tempat parkir luas dan aman	16	52	28	3	1	379	3,79
	Jumlah						1532	15,32
	Rata-rata						383	3,83

Berdasarkan tabel 4.16, dapat dilihat bahwa jumlah tanggapan jawaban responden mengenai variabel lokasi dengan angka tertinggi yaitu pada pertanyaan nomor 1, yang menyatakan bahwa lokasi swalayan Naraya

mudah diakses atau dijangkau. Tanggapan jawaban responden mengenai variabel lokasi diantara ke empat indikator lainnya menunjukkan bahwa pertanyaan nomor 2 dan 4 yaitu sawalayan Naraya terlihat dari jalan raya dan tempat parkir luas dan aman memiliki rata-rata yang sama dan paling sedikit dibanding dengan indikator variabel lokasi lainnya.

Tabel 4.17
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Harga

No	Indikator	Skor					Jmlh	Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS		
1	Penerapan harga promosi	10	39	48	3	0	356	3,56
2	Pemberian diskon saat event tertentu	8	45	43	4	0	357	3,57
3	Pemberian diskon pada pembelian yang banyak	2	34	52	10	2	324	3,24
4	Penetapan harga yang menarik dan bersaing	10	44	42	3	0	358	3,58
	Jumlah						1395	13,95
	Rata-rata						348,75	3,48

Berdasarkan tabel 4.17, dapat dilihat bahwa jumlah tanggapan responden mengenai variabel harga tertinggi yaitu pada pertanyaan nomor 4 yang menyatakan bahwa penetapan harga di swalayan Naraya menarik dan bersaing. Tanggapan responden mengenai variabel harga terendah yaitu pada pertanyaan nomor 3, yang menyatakan bahwa swalayan Naraya memberikan diskon untuk pembelian dalam jumlah banyak.

Tabel 4.18
Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen

No	Indikator	Skor					Jmlh	Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS		
1	Pelayanan sesuai harapan	5	62	31	2	0	370	3,70
2	Keinginan untuk berkunjung kembali	13	57	28	2	0	381	3,81
3	Merekomendasikan kepada teman dan keluarga untuk berkunjung	8	49	38	4	0	358	3,58
	Jumlah						1109	11,09
	Rata-rata						369,6	3,69

Berdasarkan tabel 4.18, dapat dilihat bahwa jumlah tanggapan responden mengenai variabel kepuasan konsumen yang tertinggi yaitu pada pertanyaan nomor 2, yang menyatakan bahwa konsumen memiliki keinginan untuk berkunjung kembali ke swalayan Naraya. Tanggapan responden mengenai variabel kepuasan konsumen diantara ke tiga indikator menunjukkan bahwa pertanyaan nomor 3 memiliki rata-rata paling sedikit dibanding dengan indikator variabel kepuasan konsumen lainnya.

D. Hasil Penelitian

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh dari variabel penelitian yaitu kualitas pelayanan, lokasi, dan harga terhadap kepuasan konsumen. hasil perhitungan analisis regresi dapat dilihat pada tabel 4.19, adapun perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

Tabel 4.19
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,759	0,317		5,543	0,000
	Kualitas Pelayanan	0,131	0,058	0,126	2,270	0,024
	Lokasi	0,160	0,051	0,183	3,166	0,002
	Harga	0,248	0,056	0,257	4,463	0,000

Sumber : Lampiran 5 data diolah 2017

Keterangan :

Y : Kepuasan Konsumen X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Lokasi X3 : Harga

Berdasarkan tabel 4.19 dapat dijelaskan :

- a. Koefisien variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,126 artinya (X1) mempunyai arah hubungan yang positif terhadap (Y). Peningkatan kualitas pelayanan di Naraya akan meningkatkan kepuasan konsumen. sebaliknya, penurunan kualitas pelayanan akan menurunkan kepuasan konsumen.
- b. Koefisien variabel lokasi (X2) sebesar 0,183 artinya (X2) mempunyai arah hubungan yang positif terhadap (Y). Peningkatan letak lokasi di Naraya akan meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaliknya, penurunan letak lokasi akan menurunkan kepuasan konsumen.
- c. Koefisien variabel harga (X3) sebesar 0,257 artinya (X3) mempunyai arah hubungan yang positif terhadap (Y). Semakin harga

dipersepsikan sesuai dengan konsumen maka konsumen Swalayan Naraya akan semakin puas. Sebaliknya, harga yang tidak sesuai akan menurunkan kepuasan konsumen.

Nilai koefisien variabel harga (X3) sebesar 0,257 lebih besar daripada nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2), hal ini menunjukkan bahwa variabel harga (X3) merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

2. Analisis Uji T

Pengujian secara parsial dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan, lokasi, harga) secara individual terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Hasil uji t dapat dilihat pada tabel adapun perhitungan selengkapnya tentang uji t ini dapat dilihat pada lampiran. Berdasarkan hasil pengujian uji t pada penelitian ini diperoleh hasil sebagai berikut :

a. Pengujian H_1

H_1 penelitian ini adalah “Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen”. Diketahui nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,024 dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa

variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) yang menunjukkan bahwa H_1 diterima.

b. Pengujian H_2

H_2 penelitian ini yaitu “Lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen”. diketahui nilai signifikansi variabel lokasi (X2) sebesar 0,002 dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel lokasi (X2) berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) yang menunjukkan bahwa H_2 diterima.

c. Pengujian H_3

H_3 penelitian ini yaitu “Harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen”. diketahui nilai signifikansi variabel Harga (X3) sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel harga (X3) berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) yang menunjukkan bahwa H_3 diterima.

3. Persamaan Regresi dan Uji t

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4.19 di atas, maka diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,126 X_1 + 0,183 X_2 + 0,257 X_3$$

Berdasarkan parameter dalam persamaan regresi, maka dapat diberikan interpretasi sebagai berikut :

- 1) Variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen swalayan Naraya (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,126 dan *Sig* sebesar 0,024. Hal ini berarti apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan maka kepuasan konsumen juga mengalami peningkatan. Berdasarkan hasil olahan data diperoleh nilai *sig.* yaitu 0,024 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan karena $0,024 \leq 0,05$. Hal ini berarti hipotesis satu (H_1) yang berbunyi, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen swalayan Naraya diterima.
- 2) Variabel lokasi (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen swalayan Naraya (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,183 dan *Sig* sebesar 0,002. Hal ini berarti variabel lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen swalayan Naraya. Berdasarkan hasil olahan data diperoleh nilai *sig.* yaitu 0,002, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan karena

$0,002 \leq 0,05$. Hal ini berarti hipotesis dua (H_2) yang berbunyi, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen swalayan Naraya diterima.

- 3) Variabel Harga (X_3) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen swalayan Naraya (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,257 dan *Sig* 0,000. Berdasarkan hasil olahan data diperoleh nilai *sig.* yaitu 0,000 maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya signifikan karena $0,000 \leq 0,05$. Hal ini berarti hipotesis tiga (H_3) diterima, yang berbunyi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen swalayan Naraya diterima.

4. Koefisien determinasi (Adjust R^2).

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,376 ^a	0,141	0,132

Sumber : Lampiran 5 data diolah 2017

Hasil uji Adjust R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai R^2 sebesar 0,132. Hal ini menunjukkan bahwa dari masing-masing variabel independen yaitu kualitas pelayanan, lokasi, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 13,2% sedangkan sisanya 86,8% kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. Hasil Observasi

Selain melakukan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner langsung kepada responden, peneliti juga melakukan observasi. Metode ini dilakukan dengan cara pengamatan kepada obyek yang dituju. Pengamatan ini dilakukan langsung terhadap keadaan pelayanan, harga produk dan lokasi di Swalayan Naraya.

Menurut pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai Swalayan Naraya sudah cukup baik. Pegawai melayani pembeli dengan ramah dan cepat. Karyawan juga merespon permintaan dari konsumen, prosedur pelayanan di Naraya juga tidak berbelit-belit. Karyawan berbicara dengan menyenangkan dalam melayani konsumen. Tetapi karyawan kurang memberikan perhatian secara individu kepada konsumen. Karyawan memang sudah berseragam tapi belum terlalu rapi karena beberapa karyawan wanita mengenakan jilbab meskipun baju seragamnya berlengan pendek.

Sedangkan untuk lokasi, menurut pengamatan yang dilakukan peneliti, lokasi Swalayan Naraya mudah diakses karena berada di pinggir jalan dan letak yang strategis. Lalu lintas menuju lokasi tergolong lancar dan dapat dilalui banyak kendaraan. Sedangkan toko kurang terlihat dari jalan raya karena lokasi yang agak menjorok kedalam dan baliho atau plang toko yang hanya terbatas. Area parkir sudah luas, mampu menampung setidaknya dua mobil dan beberapa sepeda motor. Namun seringkali parkiran untuk sepeda motor tidak terarah sehingga ada yang motor yang parkir menghadap ke selatan, barat, atau ke timur yang

menyebabkan tempat parkir yang seharusnya bisa untuk mobil menjadi tidak bisa. Seringkali mobil konsumen parkir di bagian luar dari parkiran swalayan Naraya.

Untuk harga, penetapan harga di swalayan Naraya sudah menarik dan bersaing dibanding kompetitornya. Beberapa harga produk lebih murah dibanding harga produk yang sama di pesaing.

F. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen swalayan Naraya. Karyawan yang memberikan kesan yang baik sejak pertama kali datang, kecepatan pelayanan, karyawan yang sopan, ramah, berpenampilan rapi, dan beberapa faktor kualitas pelayanan yang lain akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016) kualitas jasa adalah keseluruhan fitur dan sifat pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan swalayan Naraya meningkat, akan semakin meningkat pula tingkat kepuasan konsumen swalayan Naraya. Ketika suatu usaha telah memberikan pelayanan yang terbaik dan membuat konsumen puas maka bukan hal yang sulit untuk membuat konsumen tersebut loyal dan setia untuk datang berbelanja kembali.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Muhtarom, dkk (2015), kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen swalayan Naraya. Lokasi memegang peranan yang penting dalam sebuah usaha. Lokasi usaha yang dekat dengan keramaian, mudah dijangkau, aman, dan memiliki tempat parkir yang luas lebih disukai konsumen.

Menurut Munawaroh (2013), pemilihan lokasi retail dan professional service yang mudah dijangkau oleh konsumen memungkinkan terjadinya penjualan dalam jumlah banyak sehingga meningkatkan pendapatan perusahaan. Apabila lokasi swalayan Naraya semakin strategis dan baik maka semakin meningkat kepuasan konsumen swalayan Naraya.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Bailia, dkk (2014), yang menyatakan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen swalayan Naraya. Menurut Kasmir dan Jakfar (2014) harga adalah sejumlah uang yang diserahkan

dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting karena berpengaruh terhadap laku tidaknya sebuah produk yang dipasarkan. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa semakin harga dipersepsikan sesuai dengan konsumen maka konsumen Swalayan Naraya akan semakin puas. Konsumen akan tertarik dan cenderung akan melakukan pembelian kembali apabila harga yang ditawarkan swalayan Naraya relatif lebih rendah dibanding harga yang ditetapkan oleh pesaingnya.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Gulla, dkk (2015), harga menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.