

BAB V

PEMBAHASAN

Peneliti telah melakukan penelitian di NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung dan melakukan penyebaran angket yang di isi oleh konsumen NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung. Kemudian peneliti mengolah data hasil dari jawaban responden atau angket yang peneliti sebarakan menggunakan SPSS 16.0. dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga (X1), kualitas pelayanan (X2), kelengkapan produk (X3) dan lokasi (X4) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung. Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian adalah sebagai berikut:

A. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $3,326 > 1,661$ dan sig $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan diterima H_1 , koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari α (5%). Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung.

Dari hasil penelitian, bahwa harga merupakan faktor yang tidak terpisah oleh kepuasan konsumen NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung, karena

besar kecilnya nilai signifikan harga akan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya kepuasan konsumen. Pada tabel 4.1 memuat daftar perbandingan harga jual di NUsantara Mart dengan kompetitor, jika dibandingkan dengan kompetitor sebelah harga produk di NUsantara Mart memiliki keunggulan dengan harga jual yang relatif lebih murah/ terjangkau. Selain memiliki keunggulan dengan harga yang relatif lebih murah, harga produk di NUsantara Mart sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan dan didukung dengan kelengkapan produk yang dimiliki NUsantara Mart.

Dari fakta penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan faktor yang tidak terpisah oleh kepuasan konsumen NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung, karena besar kecilnya nilai signifikan harga akan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya kepuasan konsumen. Harga merupakan faktor pertimbangan bagi para konsumen untuk membeli suatu produk. Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan atau organisasi harus menetapkan harga secara tepat. Dimana tinggi rendahnya harga yang diberikan kepada konsumen berpengaruh terhadap laku atau tidaknya suatu produk di pasaran. Oleh karena itu konsumen pasti memperhitungkan mengenai harga yang ditawarkan apakah sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang ada.

Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa

Universitas Telkom Bandung)”. Berdasarkan hasil penelitian menyimpulkan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.⁶⁰

Berdasarkan hasil penelitian, harga memiliki pengaruh karena dengan harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka konsumen akan merasa puas dan senang untuk menikmati berbelanja dan mengkonsumsi pada NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung.

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai t hitung $< t$ tabel yaitu $1,646 < 1,661$ dan $\text{sig } 0,103 > 0,05$ maka H_0 diterima dan ditolak H_1 .

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung. NUsantara Mart sendiri memiliki tempat yang nyaman karena ruangnya ber AC dan selalu bersih, karyawan di NUsantara Mart memberikan pelayanan dengan sigap, tanggap dan cepat, berbicara dengan sopan dan ramah kepada konsumen. Namun juga perlu ditingkatkan lagi agar konsumen selalu puas atas pelayanan yang diberikan NUsantara Mart.

⁶⁰ Athira Tjahya Utami, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Universitas Telkom Bandung)*, Jurnal Management Vol.3 No.1 (Universitas Telkom Bandung 2016).

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Tujuan dan fungsi kualitas pelayanan berfungsi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga berakibat dengan menghasilkannya nilai tambah bagi perusahaan. Umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan memberikan rasa nyaman konsumen untuk menggunakan suatu produk.

Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten hasil penelitian yang dilakukan oleh Qomariah dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Universitas Muhammadiyah Di Jawa Timur). Berdasarkan hasil penelitian menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.⁶¹

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rondonuwu dengan judul “Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada Pt. Wahana Wirawan Manado”. Berdasarkan hasil penelitian

⁶¹ Nurul Qomariah, *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Universitas Muhammadiyah Di Jawa Timur)*. Jurnal Aplikasi Manajemen Vol.10 No.1 (Universitas Muhammadiyah Jember. Maret 2012).

menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.⁶²

C. Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kelengkapan produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,328 > 1,661$ dan sig $0,022 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan diterima H_1 , koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari α (5%). Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung.

Dari hasil penelitian, bahwa kelengkapan produk berpengaruh karena pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah dan nyaman dalam mencari produk yang di butuhkan. Produk yang dijual NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung sangat lengkap dan bermacam-macam dengan segala ukuran, jenis dalam 1 produk, berbagai macam pilihan merk pada produk sejenis serta ketersediaan stok produk yang mencukupi terhadap permintaan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten hasil penelitian yang dilakukan oleh Herlina dengan judul “Analisis Pengaruh Harga Dan

⁶² Priscilia D. Rondonuwu, *Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada Pt. Wahana Wirawan Manado*, Jurnal EMBA Vol.1 No.4 (Universitas Sam Ratulangi Manado, Desember 2013).

Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen". Berdasarkan hasil penelitian menyimpulkan bahwa kelengkapan produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.⁶³

Berdasarkan hasil penelitian, kelengkapan produk merupakan faktor yang sangat penting dikarenakan adanya produk yang beragam, produk yang variatif serta bermacam merk yang tersedia membuat pembeli merasa berminat dan puas dalam berbelanja.

D. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa lokasi secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai t hitung < t tabel yaitu $0,635 < 1,661$ dan sig $0,527 > 0,05$ maka H_0 diterima dan ditolak H_1 .

Berdasarkan hasil penelitian, lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung. Nusantara mart berada di lokasi yang strategis, mudah di jangkau sarana transportasi dari segala arah, memiliki ciri khas yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan raya, berada di dekat pusat keramaian dan mempunyai lahan parkir yang luas dan bisa menampung banyak kendaraan pelanggan.

⁶³ Herlina, *Analisis Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen*, Vol.13 No.2 (Isu Teknologi Stt Mandala, Desember 2018).

Dalam sebuah bisnis penentuan lokasi sangat diperlukan, penentuan lokasi dalam berbisnis merupakan strategi utama dalam usaha ritel. Lokasi yang strategis akan menjadi jalan pembuka yang menentukan kesuksesan sebuah usaha ritel, karena lokasi juga salah satu faktor penentu kepuasan konsumen. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena faktor penentuan lokasi sangat diperlukan untuk menunjang proses pemasaran suatu usaha.

Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten hasil penelitian yang dilakukan oleh Iskandarsyah dengan judul “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah Di Hadrah Property”. Berdasarkan hasil penelitian menyimpulkan bahwa lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.⁶⁴

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Listyawati dengan judul “Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Beli Konsumen Di Pamella Empat Yogyakarta”. Berdasarkan hasil penelitian menyimpulkan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan beli konsumen.⁶⁵

⁶⁴ Nabila Mariska Iskandarsyah, *Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah Di Hadrah Property*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Vol.2 No.1 (Universitas Syiah Kuala, November).

⁶⁵ Indri Hastuti Listyawati, *Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Beli Konsumen Di Pamella Empat Yogyakarta*, JBMA – Vol. IV, No. 2 (Akademi Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta, September 2017).

E. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung

Dari hasil uji F yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa ada pengaruh secara simultan antara harga, kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung. Hal ini ditunjukkan dengan H_0 ditolak dan terima H_1 . Karena F hitung lebih besar dari F tabel ($16,663 > 2,47$) dan signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten hasil penelitian yang dilakukan oleh Runtunuwu. Dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado”. Hasil dari penelitian ini adalah Hasil pengujian hipotesis H_1 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado.⁶⁶

Dalam menciptakan kepuasan konsumen, maka penting bagi pemasar untuk mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasa konsumen yaitu: kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, emosional, biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk. Kepuasan merupakan efek akhir dari

⁶⁶ Johanes Gerardo Runtunuwu, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado*, Jurnal EMBA Vol.2 No.3 (Universitas Sam Ratulangi Manado, September 2014).

suatu pembelian sebagai sikap dalam berperilaku yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai pencapaian terhadap produk yang berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan.

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi yang dilakukan sebagai keseluruhan sikap yang ditujukan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan konsumen adalah akibat yang ditimbulkan apabila hasil tidak sesuai dengan harapan.

Dalam penelitian ini menggunakan faktor harga, kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan lokasi yang dapat dilihat secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung.