

## **BAB 1V**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum**

##### **1. Pedagang Sinom**

Sinom merupakan salah satu paguyuban dagang yang dikelola oleh Yayasan Masjid dan Makam Sunan Muria (YM2SM) meliputi kios/toko, warung dan pedagang asongan. Mereka menjual barang dagangan antara lain souvenir, aksesoris, beberapa jenis makanan yang disediakan di warung. Souvenir yang dijual antara lain pernak-pernik dengan lambing muria seperti pena, pin dengan tulisan Sunan Muria, ayu Naga Muria yang diyakini dapat mengusir tikus, gantungan kunci, tasbih, tongkat dan obat herbal. Adapun aksesoris yang dijual seperti cincin, kalung, jam tangan, batu akik dan lain-lain. Sedangkan warung menjual seperti gorengan, berbagai minuman dan makanan khas Muria seperti pecel pakis dan lain-lain. Pedagang asongan menjual seperti botol-botol kosong yang digunakan untuk mengambil air gentong Sunan Muria dan plastic yang digunakan untuk membungkus sandal ketika memasuki makam Sunan Muria.

Mereka yang memiliki toko dan warung adalah warga Desa Colo dan sekitarnya. Para pedagang di toko ini menempati area yang cukup representative. Tempatnya cukup baik dengan akses sangat mudah untuk dikunjungi peziarah. Setiap pengunjung yang selesai melakukan ziarah pasti melewati tempat ini. Toko tampak ditat bersih dengan penerangan lampu yang memadai, sehingga peziarah akan senang berlama-lama melihat-lihat barang dagangan di toko ini

Para pedagang yang menempati kompleks toko dan warung merupakan fasilitas yang disediakan oleh pengurus yayasan. Artinya pihak yayasan yang membangun toko tersebut. Sebagai kompensasi terhadap penyediaan lahan dan bangunan toko dan warung dengan berbagai fasilitasnya, maka setiap pedagang yang menempati toko tersebut dikenakan biaya sewa yang berbeda-beda tergantung luas dari toko atau warung yang ditempati.

Yayasan juga melakukan pembinaan kepada para pedagang agar tertib berjualan, menjaga kebersihan toko atau warungnya sendiri dan menjaga sikap yang baik dalam berjualan. Adapun kebersihan disekitar toko dan warung menjadi tanggung jawab pihak yayasan. Selain itu yayasan juga membiayai acara besar keagamaan seperti halal bi halal. Artinya yayasan tidak pernah memungut biaya lain di luar biaya sewa.

Adapun pedagang yang tergabung dalam anggota Sinom sebanyak 167 orang.<sup>1</sup>

## 2. Struktur Organisasi Pengurus YM2SM periode 2013-2018

Peneliti melihat komunikasi dan manajemen pedagang terbilang bagus, karena letak penataan para pedagang yang tertata rapi walaupun lokasinya di lereng gunung tetapi semua pedagang sudah terorganisir dengan baik. Di bawah ini adalah struktur organisasi Yayasan Masjid dan Makam Sunan Muria (YM2SM)

### SUSUNAN PENGURUS YM2SM

#### Periode 2013-2018

##### 1. Pengurus periode 2013-2018

A. Dewan pendiri adalah Tim 17 (tujuh belas)

B. Dewan Pembina

Ketua : Masthur

Anggota 1.H. Muhammad Sugiharto

2.H. Ahmad Archan

3.H. Muhammad Afandi S, Pd. I

C. Dewan pengawas

Ketua : H. Muhammad Shohib GS

Anggota 1.H. Muhammad Ridlo

2.H. Abdul Rahman

3.H. Muhammad Sugiyono

<sup>1</sup> Sutejo K Widodo, et.al., *Sunan Muria Today*, CV Tigamedia Pratama, Semarang, 2014, hlm. 118-122

#### D. Dewan pengurus

##### I. Pengurus harian:

- Ketua : Drs. H. Abdul Manaf  
Wakil ketua : H. M Eko Setyono  
Sekretaris : Drs. H. M Nur khudlri  
Wakil sekretaris : Amnan Hakim  
Bendahara : H. M Bambang Budi Irianto  
Wakil bendahara : Sutarno

##### II. Bidang-bidang

###### a. Pembangunan dan Sarana Prasarana

1. Bambang Muryadi
2. Kumarno

###### b. Personalia dan Ketenagakerjaan

1. Sukadi
2. Musta'in

###### c. Keagamaan dan Sosial Kemasyarakatan

1. Muhdi
2. H. Muhammad Sholeh

###### d. Humas dan Informasi

1. H. M Sukatno
2. Edi Mardiyanto

###### e. Rumah Tangga dan Logistik

1. H. Warsudiyono
2. Nur Halim

##### III. Juru Kunci

- Juru Kunci : H. Muhammad Shohib  
Wakil : 1. Muhammad Sugiharto  
2. Muhdi

##### IV. Imam Masjid

Adalah semua pengurus yang pikrt di bagian pendaftaran dan amanat.

## V. Bidang Khusus

Bidang khusus pengangkatan, evaluasi dan pemberhentian pengurus, karyawan dan pedagang

1. H. Muhammad Shohib : Ketua
2. H. Muhammad Sholeh : Sekretaris
3. Drs. H. Abdul Manaf : Anggota
4. Masthur : Anggota
5. H. M. Bambang Budi Irianto : Anggota
6. Drs. H. M. Nur Khudlri : Anggota
7. Sukadi : Anggota

Bidang Khusus Pembangunan dan Sarana Prasarana Baru:

1. H. M. Bambang Budi Irianto : Ketua
2. Amnan : Sekretaris
3. Kumarno : Bendahara
4. Drs. H. Abdul Manaf : Anggota
5. H. M. Eko Setyono : Anggota
6. Bambang Muryadi : Anggota
7. Muhammad Ridlo : Anggota

Bidang Khusus Koperasi Pengurus, Karyawan dan Pedagang:

1. Drs. H. M. Nur Khudlri : Ketua
2. H. M. Warsudiyono : Sekretaris
3. Sutarno : Bendahara
4. Drs. H. M. Abdul Manaf : Anggota
5. H.M. Sukatno : Anggota
6. Muhdi : Anggota
7. Edi Mardiyanto : Anggota<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Sutejo K Widodo, et.al., *Ibid*, hlm. 151-153.

### 3. Tata Tertib Persatuan Pedagang YM2SM

#### A. Kewajiban

1. Menjaga nama baik YM2SM dan norma-norma agama Islam/berperilaku Islami.
2. Menjaga keamanan dan kebersihan lingkungan
3. Mentaati semua aturan yang dibuat oleh pengurus YM2SM
4. Berpakaian yang sopan dan islami (pria berpeci dan tidak boleh bertindik/tato, serta wanita berjilbab)

#### B. Larangan

1. Mengalihkan hak sewa/pakai kepada keluarga dan atau pihak lain tanpa ijin dari pengurus YM2SM
2. Merubah bentuk bangunan dengan cara mengurangi atau menambah bangunan serta fasilitas yang ada
3. Menjual barang haram
4. Menjual dengan cara menipu, menjual dengan harga mahal/*nengkik*, dan memperdayai pembeli dengan cara memaksa serta melanggar syari'at Islam
5. Berbuat MOLIMO (main, minum, medok, maling, madat)
6. Depan warung/kios tidak boleh untuk berjualan

#### C. Sangsi

1. Terhadap pelanggaran akan diperingatkan sekali dengan peringatan tertulis kecuali pelanggaran berat
2. Setelah diperingatkan dan tidak diindahkan maka dicabut hak sewa/hak pakainya<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>Sutejo K Widodo, et.al.,*Ibid*, Hlm. 157

## B. Gambaran Umum Responden

### 1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.1**

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin<sup>4</sup>

No	Jenis Kelamin	Responden (Orang)	Presentase %
1	Laki-laki	43	43%
2	Perempuan	57	57%
	Jumlah	100	100%

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018*

Berdasarkan keterangan tabel di atas, dapat diketahui bahwa masyarakat yang menjadi responden dalam penelitian ini rata-rata berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 57 orang atau 57% dan laki-laki sebanyak 43 orang atau 43%.

### 2. Umur Responden

Adapun data mengenai umur responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.2**

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Umur<sup>5</sup>

No	Umur	Responden (orang)	Presentase%
1	< 20 tahun	15	15%
2	20-30 tahun	59	59%
3	> 30 tahun	26	26%
	Jumlah	100	100%

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018*

<sup>4</sup>Hasil olah SPSS karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden, pada tanggal 13 Maret 2018.

<sup>5</sup>Hasil olah SPSS karakteristik responden berdasarkan umur responden, pada tanggal 13 Maret 2018.

Berdasarkan keterangan tabel diatas, dapat diketahui bahwa masyarakat yang dijadikan responden dalam penelitian ini rata-rata berumur 20-30 tahun sebanyak 59 orang atau 59%, sedangkan responden yang berusia <20 tahun sebanyak 15 orang atau 15% dan yang berusia > 30 tahun sebanyak 26 orang atau 26%.

### 3. Tingkat Pendidikan Responden

Adapun data mengenai tingkat pendidikan responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.3**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat pendidikan <sup>6</sup>**

No	Tingkat Pendidikan	Responden (orang)	Presentase %
1	SD	10	10%
2	SMP	13	13%
3	SMA	38	38%
4	Diploma	11	11%
5	Sarjana	28	28%
	Jumlah	100	100%

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018*

Berdasarkan keterangan tabel diatas, dapat diketahui bahwa masyarakat yang dijadikan responden dalam penelitian ini rata-rata tingkat pendidikannya SMA yaitu sebanyak 38 orang atau 38%, sedangkan responden yang tingkat pendidikannya SD sejumlah 10 orang atau 10%, SMP sejumlah 13 orang atau 13%, Diploma sejumlah 11 orang atau 11% dan, Sarjana sejumlah 28 orang atau 28%.

### 4. Jenis Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai jenis pekerjaan responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

<sup>6</sup>Hasil olah SPSS karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan responden, pada tanggal 13 Maret 2018.

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan<sup>7</sup>**

No	Pekerjaan	Responden (orang)	Presentase %
1	PNS	9	9%
2	Pegawai Swasta	15	15%
3	Wiraswasta	24	24%
4	Pelajar/Mahasiswa	23	21%
5	Lain-lain	29	29%
	Jumlah	100	100%

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018*

Berdasarkan keterangan tabel di atas, dapat diketahui bahwa masyarakat yang menjadi responden dalam penelitian ini rata-rata bekerja lain-lain dalam arti (petani, karyawan pabrik, nelayan dan sebagainya) yang tidak disebutkan dalam questioner sebanyak 29 orang atau 29%, sedangkan yang bekerja sebagai PNS sebanyak 9 orang atau 9%, wiraswasta sebanyak 24 orang atau 24%, Pegawai swasta sebanyak 15 orang atau 15%, pelajar/mahasiswa sebanyak 23 orang atau 23%.

#### 5. Tingkat Pendapatan Responden

Adapun data mengenai pendapatan responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan<sup>8</sup>**

No	Pendapatan	Responden (orang)	Presentase %
1	< Rp.500.000	32	32%
2	Rp.1000.000-Rp.3.000.000	47	47%

<sup>7</sup>Hasil olah SPSS karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan responden, pada tanggal 13 Maret 2018.

<sup>8</sup>Hasil olah SPSS karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan responden, pada tanggal 13 Maret 2018.

3	>Rp. 3.000.000	21	21%
4	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan keterangan tabel di atas, dapat diketahui bahwa masyarakat yang menjadi responden dalam penelitian ini rata-rata memiliki pendapatan sebesar Rp. 1.000.000-3.000.000 yaitu sebanyak 47 orang atau 47%, tingkat pendapatan Rp. 500.000 sebanyak 32 orang atau 32% dan tingkat pendapatan >Rp. 3.000.000 sebanyak 21 orang atau 21%.

## 6. Status Perkawinan Responden

Adapun data mengenai status perkawinan responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.6**

### **Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan<sup>9</sup>**

No	Status Perkawinan	Responden (Orang)	Presentase %
1	Belum Kawin	54	54%
2	Kawin	46	46%
3	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan keterangan tabel di atas, dapat diketahui bahwa masyarakat yang menjadi responden dalam penelitian ini rata-rata statusnya belum kawin yaitu sebanyak 54 orang atau 54%, dan yang sudah kawin sebanyak 46 orang atau 46%.

## C. Deskripsi Data Penelitian

Hasil dari masing-masing jawaban responden tentang pengaruh lokasi, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen komplek pedagang sinom yayasan Masjid Makam Sunan Muria adalah sebagai berikut:

<sup>9</sup>Hasil olah SPSS karakteristik responden berdasarkan status perkawinan responden, pada tanggal 13 Maret 2018.

### 1. Variabel Lokasi

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya.<sup>10</sup> Untuk memilih lokasi pertokoan harus diingat bahwa konsumen umumnya tertarik untuk belanja ke toko atau ke lokasi yang mempunyai banyak jenis dan persediaan barang dagangan dan memiliki reputasi sebagai lokasi yang memiliki barang bermutu dengan harga bersaing. Letak toko akan terakumulasi pada daerah terminal bis, pusat perbelanjaan di sekitar alun-alun.<sup>11</sup> Indikator yang digunakan untuk meneliti variabel lokasi antara lain: akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, kompetisi, dan peraturan pemerintah.

**Tabel 4.7**  
**Frekuensi Variabel Lokasi (X<sub>1</sub>)<sup>12</sup>**

Item Pernyataan	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total 1 S	%	Total SS	%
Lokasi 1	17	17%	16	16%	32	32%	27	27%	8	8%
Lokasi 2	3	3%	16	16%	35	35%	33	33%	13	13%
Lokasi 3	2	2%	5	5%	20	20%	51	51%	22	22%
Lokasi 4	3	3%	6	6%	16	16%	54	54%	21	21%
Lokasi 5	3	3%	21	21%	43	43%	24	24%	9	9%
Lokasi 6	3	3%	27	27%	27	27%	30	30%	13	13%

<sup>10</sup>Kasmir, *Kewirausahaan*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, Edisi Revisi, 2013, hlm. 140.

<sup>11</sup>Buchari Alma, *Kewirausahaan*, Alfabeta, Bandung, 2004, hlm. 176.

<sup>12</sup>Hasil olah SPSS berdasarkan frekuensi variabel lokasi (X<sub>1</sub>), pada tanggal 13Maret 2018.

Lokasi 7	0	0%	5	5%	9	9%	29	29	57	57
								%		%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas, data hasil angka untuk variabel lokasi ( $X_1$ ) akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Item 1, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 8%, setuju sebesar 27%, netral sebesar 32%, tidak setuju sebesar 16% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 17%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden netral atau ragu-ragu tentang lokasi yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi.
- b. Item 2, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 13%, setuju sebesar 33%, netral sebesar 35%, tidak setuju sebesar 16% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 3%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju tentang komplek pedagang sinom yang dapat dilihat dengan jelas.
- c. Item 3, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 22%, setuju sebesar 51%, netral sebesar 20%, tidak setuju sebesar 5% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju tentang banyaknya orang berlalu lalang disekitar komplek pedagang sinom yayasan masjid dan Makam Sunan Muria.
- d. Item 4, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 21%, setuju sebesar 54%, netral sebesar 16%, tidak setuju sebesar 6% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 3%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju tentang ada kemungkinan terjadi kemacetan pada saat ramai di Komplek pedagang sinom yayasan masjid dan Makam Sunan Muria.
- e. Item 5, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 9%, setuju sebesar 24%, netral sebesar 43%, tidak setuju sebesar 21% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 3%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden netral atau ragu-

ragutentang tempat parkir yang luas, aman dan nyaman di sekitar Komplek pedagang sinom yayasan masjid dan Makam Sunan Muria.

- f. Item 6, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 13%, setuju sebesar 30%, netral sebesar 27%, tidak setuju sebesar 27% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 3%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju tentang tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- g. Item 7, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 57%, setuju sebesar 29%, netral sebesar 9%, tidak setuju sebesar 5% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju tentangkomplek pedagang sinom yayasan masjid dan Makam Sunan Muria tidak diperbolehkan menjual barang haram (miras,narkoba dll)

## 2. Variabel Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan/pelanggan<sup>13</sup> indikator yang digunakan untuk meneliti variable kualitas pelayanan antara lain kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan, merespon permintaan dengan segera, pengetahuan, memberikan perhatian personal kepada pelanggan, penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan dan prlengkapan, sumber daya manusia.

---

<sup>13</sup>Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2007, hlm. 2

**Tabel 4.8**  
**Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )<sup>14</sup>**

Item Pernyataan	Tota 1 STS	%	Tota 1 S	%	Tota 1 N	%	Tota 1 S	%	Tota 1 SS	%
Kualitas Pelayanan 1	5	5%	13	13%	42	42%	37	37%	3	3%
Kualitas Pelayanan 2	0	0%	8	8%	27	27%	54	54%	11	11%
Kualitas Pelayanan 3	0	0%	9	9%	46	46%	32	32%	13	13%
Kualitas Pelayanan 4	1	1%	6	6%	26	26%	59	59%	8	8%
Kualitas Pelayanan 5	0	0%	6	6%	33	33%	44	44%	17	17%
Kualitas Pelayanan 6	0	0%	10	10%	36	36%	37	37%	17	17%
Kualitas Pelayanan 7	1	1%	5	5%	23	23%	46	46%	25	25%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas, data hasil angka untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) akan dijelaskan sebagai berikut:

<sup>14</sup>Hasil olah SPSS berdasarkan frekuensi variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), pada tanggal 13Maret 2018.

- a. Item 1, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 3%, setuju sebesar 37%, netral sebesar 42%, tidak setuju sebesar 13% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 5%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden netral atau ragu-ragu bahwa pedagang sinom bersedia dan mampu menangani keluhan pembeli.
- b. Item 2, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 11%, setuju sebesar 54%, netral sebesar 27%, tidak setuju sebesar 8% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa pedagang sinom merespon pembeli dengan cepat.
- c. Item 3, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 13%, setuju sebesar 32%, netral sebesar 46%, tidak setuju sebesar 9% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden netral atau ragu-ragu bahwa pedagang sinom memiliki pengetahuan yang luas tentang barang yang dijual.
- d. Item 4, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 8%, setuju sebesar 59%, netral sebesar 26%, tidak setuju sebesar 6% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 1%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa pedagang sinom menunjukkan rasa peduli dan perhatian yang cukup besar kepada para pembeli.
- e. Item 5, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 17%, setuju sebesar 44%, netral sebesar 33%, tidak setuju sebesar 6% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa fasilitas fisik yang dimiliki pedagang sinom menarik secara visual (tempat nyaman, bersih dan penataan rapi).
- f. Item 6, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 17%, setuju sebesar 37%, netral sebesar 36%, tidak setuju sebesar 10% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini

menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa pedagang sinom memiliki peralatan atau perlengkapan yang dibutuhkan untuk menunjang barang yang dijual contoh: kantong plasti, batu jam/mainan dll.

- g. Item 7, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 25%, setuju sebesar 46%, netral sebesar 23%, tidak setuju sebesar 5% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 1%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa pedagang sinom berpenampilan rapi, menarik dan sopan.

### 3. Variabel Harga

Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan.<sup>15</sup> Indikator yang digunakan untuk meneliti variabel harga antara lain harga yang diharapkan “*expected price*”, memperkirakan volume penjualan atas harga yang berbeda-beda, menetapkan harga dengan lebih agresif, menetapkan harga awal yang tinggi, menetapkan harga awal yang rendah, produk, saluran distribusi.

**Tabel 4.9**

**Frekuensi Variabel Harga (X<sub>3</sub>)<sup>16</sup>**

Item Pernyataan	Tota l STS	%	Tota l TS	%	Tota l N	%	Tota l S	%	Tota l SS	%
Harga 1	14	14%	20	20%	37	37%	25	25%	4	4%
Harga 2	7	7%	16	16%	43	43%	26	26%	8	8%
Harga 3	5	5%	5	5%	39	39%	36	36%	15	15%
Harga 4	2	2%	13	13%	35	35%	38	38%	12	12%

<sup>15</sup>Kasmir, *Kewirausahaan Edisi Revisi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013, hlm. 191

<sup>16</sup>Hasil olah SPSS berdasarkan frekuensi variabel harga (X<sub>3</sub>), pada tanggal 13Maret 2018.

				%		%		%		%
Harga 5	7	7%	25	25%	37	37%	18	18%	13	13%
Harga 6	5	5%	10	10%	30	30%	44	44%	11	11%
Harga 7	2	2%	14	14%	25	25%	35	35%	24	24%

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018*

Berdasarkan tabel di atas, data hasil angka untuk variabel Harga ( $X_3$ ) akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Item 1, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 4%, setuju sebesar 25%, netral sebesar 37%, tidak setuju sebesar 20% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 14%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden netral atau ragu-ragu bahwa harga yang ditawarkan pedagang sinom sudah sesuai dengan harga dipasaran.
- b. Item 2, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 8%, setuju sebesar 26%, netral sebesar 43%, tidak setuju sebesar 16% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 7%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden netral atau ragu-ragu bahwa harga yang ditawarkan oleh pedagang sinom relative terjangkau.
- c. Item 3, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 15%, setuju sebesar 36%, netral sebesar 39%, tidak setuju sebesar 5% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 5%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden netral atau ragu-ragu bahwa pedagang sinom memberikan harga lebih murah untuk pembelian dalam jumlah banyak.
- d. Item 4, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 12%, setuju sebesar 38%, netral sebesar 35%, tidak setuju sebesar 13% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 2%. Hal ini

menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa pedagang sinom memberikan potongan harga jika terjadi pembelian barang dengan jumlah banyak.

- e. Item 5, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 13%, setuju sebesar 18%, netral sebesar 37%, tidak setuju sebesar 25% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 7%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden netral atau ragu-ragu bahwa ada pedagang sinom yang memberikan harga lebih rendah dari pedagang yang lain.
- f. Item 6, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 11%, setuju sebesar 44%, netral sebesar 30%, tidak setuju sebesar 10% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 5%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa harga barang sudah sesuai dengan kegunaan atau manfaatnya.
- g. Item 7, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 24%, setuju sebesar 35%, netral sebesar 25%, tidak setuju sebesar 14% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 2%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa harga yang diberikan sudah sesuai dengan kualitas barang.

#### 4. Variabel Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen (consumer satisfaction) adalah konsep penting dalam konsep pemasaran dan penelitian konsumen. Sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau merek, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut.<sup>17</sup> Indikator yang digunakan untuk meneliti variabel kepuasan konsumen antara lain kemampuan produk menentukan kepuasan, proses pemenuhan pelayanan, proses penyelesaian masalah, kemudahan mendapatkan informasi dan kesopanan karyawan.

---

<sup>17</sup>J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Consumer Behavior*, terj. Damos Sihombing dan Peter Remy Yossi Pasla, Erlangga, Jakarta, 2000, hlm. 157.

**Tabel 4.10**  
**Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)<sup>18</sup>**

Item Pernyataan	Tota 1 STS	%	Tota 1 TS	%	Tota 1 N	%	Tota 1 S	%	Tota 1 SS	%
Kepuasan Konsumen 1	0	0%	13	13%	37	37%	36	36%	14	14%
Kepuasan Konsumen 2	1	1%	4	4%	25	25%	59	59%	11	11%
Kepuasan Konsumen 3	1	1%	13	13%	52	52%	29	29%	5	5%
Kepuasan Konsumen 4	0	0%	7	7%	27	27%	48	48%	18	18%
Kepuasan Konsumen 5	0	0%	8	8%	39	39%	39	39%	14	14%
Kepuasan Konsumen 6	3	3%	5	5%	30	30%	47	47%	15	15%
Kepuasan Konsumen 7	0	0%	3	3%	23	23%	39	39%	35	35%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas, data hasil angka untuk variabel Kepuasan Konsumen (Y) akan dijelaskan sebagai berikut:

<sup>18</sup>Hasil olah SPSS berdasarkan frekuensi variabel kepuasan konsumen (Y), pada tanggal 13Maret 2018.

- a. Item 1, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 14%, setuju sebesar 36%, netral sebesar 37%, tidak setuju sebesar 13% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden netral atau ragu-ragu bahwa responden merasa puas dengan pelayanan ketika membeli barang di Komplek pedagang sinom yayasan masjid dan Makam Sunan Muria.
- b. Item 2, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 11%, setuju sebesar 59%, netral sebesar 25%, tidak setuju sebesar 4% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 1%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa responden merasa puas karena pedagang sinom bersedia membantu mengambil barang yang diinginkannya.
- c. Item 3, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 5%, setuju sebesar 29%, netral sebesar 52%, tidak setuju sebesar 13% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 1%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden netral atau ragu-ragubahwa responden tidak mengajukan keluhan atas pelayanan yang diberikan oleh pedagang sinom.
- d. Item 4, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 18%, setuju sebesar 48%, netral sebesar 27%, tidak setuju sebesar 7% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa responden merasa puas karena pedagang sinom bersedia membantu ketika terjadi kesulitan seperti memasang baterai jam tangan, menyalakan mainan anak dan alin-lain.
- e. Item 5, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 14%, setuju sebesar 39%, netral sebesar 39%, tidak setuju sebesar 8% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju dan netral bahwa responden merasa puas karena mudah dalam mendapatkan informasi tentang suatu barang.

- f. Item 6, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 15%, setuju sebesar 47%, netral sebesar 30%, tidak setuju sebesar 5% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 3%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa responden merasa puas karena pedagang sinom dengan sabar menjelaskan barang yang dijual bahkan mengulangnya ketika belum paham.
- g. Item 7, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 35%, setuju sebesar 39%, netral sebesar 23%, tidak setuju sebesar 3% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa responden merasa puas karena pedagang sinom bersikap sopan santun dan ramah kepada pembeli.

#### D. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik tidak terjadi multikolinieritas. Untuk mendeteksinya, penelitian ini menggunakan cara dengan melihat nilai Tolerance dan VIF. Apabila nilai tolerance  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas.<sup>19</sup>

Adapun hasil perhitungan multikolinieritas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji Multikolinieritas<sup>20</sup>**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

<sup>19</sup>Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, ANDI, Yogyakarta, 2012, hlm. 151-152

<sup>20</sup>Hasil olah SPSS berdasarkan Uji Multikolinieritas, pada tanggal 13 Maret 2018

1	(Constant)	7.032	3.528		1.993	.049		
	LOKASI	.182	.091	.184	1.998	.049	.899	1.112
	KUALITA_ PELAYAN AN	.369	.099	.349	3.732	.000	.867	1.153
	HARGA	.204	.072	.267	2.851	.005	.865	1.157

a. Dependent Variable:

KEPUASAN\_KONSUMEN

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel di atas dapat diketahui nilai tolerance variabel lokasi sebesar 0,899, kualitas pelayanan 0,867 dan harga memiliki nilai sebesar 0,865 yang artinya nilai tolerance ketiga variabel menunjukkan lebih dari 0,1. Sedangkan nilai VIF variabel lokasi 1,112, kualitas pelayanan 1,153 dan harga sebesar 1,157 yang artinya nilai VIF ketiga variabel menunjukkan kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan jika penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

## 2. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan di mana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode  $t$  dengan residual pada periode sebelumnya ( $t-1$ ). Model regresi yang baik tidak terjadi autokorelasi. Pada penelitian ini, untuk mendeteksi adanya autokorelasi atau tidak maka akan diuji menggunakan *Durbin-Watson*. Apabila  $DU < DW < 4 - DU$  maka tidak terjadi autokorelasi.<sup>21</sup>

Adapun hasil perhitungan autokorelasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

<sup>21</sup>Duwi Priyatno, *Op. Cit*, hlm. 172

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Autokorelasi<sup>22</sup>**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.522 <sup>a</sup>	.272	.249	2.482	2.259

a. Predictors: (Constant), HARGA, LOKASI, KUALITAS\_PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN\_KONSUMEN

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 2,259. Untuk mencari nilai DU (Durbin Upper) dan DL (Durbin Lower) dengan melihat tabel Durbin-Watson pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ . Pada penelitian ini, besar n (sampel) = 100 dan k (jumlah variabel bebas) = 3 sehingga didapat nilai DL = 1,6131, DU = 1,7364 dan  $4 - DU = 4 - 1,7364 = 2,2636$ . Dasar pengambilan keputusan uji autokorelasi adalah  $DU < DW < 4 - DU$  ( $1,7364 < 2,259 < 2,2636$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi autokorelasi untuk signifikansi  $\alpha = 5\%$ .

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas menggunakan metode grafik dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Normal P-P *Plot of regression standardize* residual. Dasar pengambilan keputusannya yaitu jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.<sup>23</sup> Berikut adalah grafik uji normalitas.

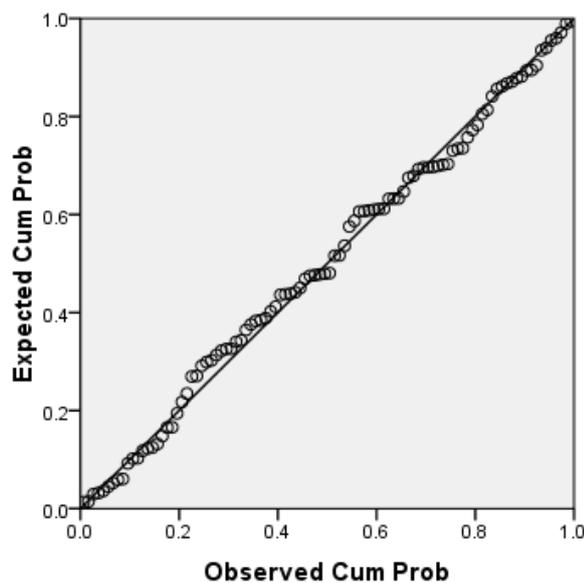
<sup>22</sup>Hasil olah SPSS berdasarkan Uji Autokorelasi, pada tanggal 13 Maret 2018

<sup>23</sup>Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 144

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Normalitas dengan Normal Probability Plot<sup>24</sup>**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

**Dependent Variable: KEPUASAN\_KONSUMEN**

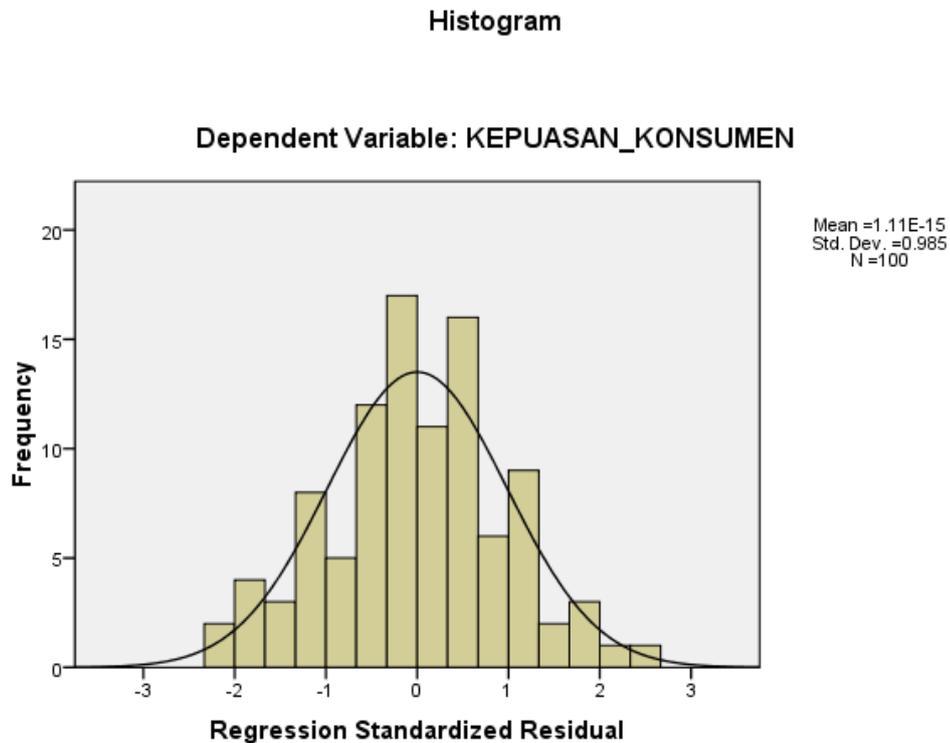


*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018*

Dari grafik di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, sehingga penelitian ini dapat disimpulkan jika data terdistribusi secara normal. Selain menggunakan metode grafik, peneliti juga menggunakan metode histogram untuk menguji normalitas.

<sup>24</sup>Hasil olah SPSS berdasarkan Uji Normalitas dengan Normal Probability Plot, pada tanggal 13 Maret 2018

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Normalitas dengan Histogram<sup>25</sup>**



*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018*

Dari grafik histogram pada gambar di atas, residual data telah menunjukkan kurva normal membentuk lonceng yang membentuk lonceng sempurna. Dengan demikian, data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan data terdistribusi normal.

#### **4. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Model regresi

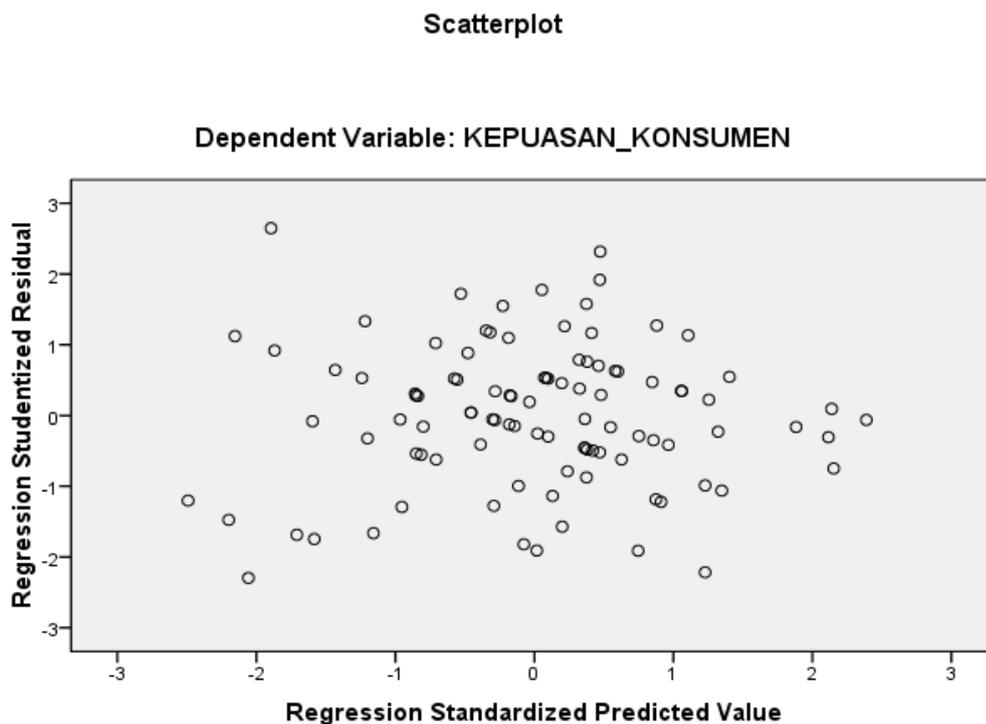
<sup>25</sup>Hasil olah SPSS berdasarkan Uji Normalitas dengan Histogram, pada tanggal 13 Maret 2018

yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>26</sup>

**Gambar 4.3**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas<sup>27</sup>**



*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018*

Berdasarkan grafik *scatterplot* di atas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

<sup>26</sup>Imam Ghazali, *Op. Cit*, hlm. 125

<sup>27</sup>Hasil olah SPSS berdasarkan Uji Heteroskedastisitas, pada tanggal 13 Maret 2018

## E. Hasil Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen.<sup>28</sup> Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara variabel independen (variabel lokasi, kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Penelitian ini menggunakan alat bantu statistik SPSS versi 16 dan berikut adalah hasil perhitungannya:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda<sup>29</sup>**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	7.032	3.528		1.993	.049
	LOKASI	.182	.091	.184	1.998	.049
	KUALITAS_PELAYANAN	.369	.099	.349	3.732	.000
	HARGA	.204	.072	.267	2.851	.005

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_KONSUMEN

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018*

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas maka diperoleh koefisien variabel bebas lokasi sebesar 0,182, variabel bebas kualitas pelayanan sebesar 0,369, variabel bebas harga 0,204 dan konstanta sebesar 7,032. Sehingga model persamaan regresi linier berganda diperoleh:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

<sup>28</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, MediaKom, Yogyakarta, 2010, hlm. 61

<sup>29</sup>Hasil olah SPSS berdasarkan Analisis Uji Hipotesis, pada tanggal 13 Maret 2018

$$Y = 7,032 + 0,182X_1 + 0,369X_2 + 0,204X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai prediksi variabel dependen

a = Konstanta, yaitu nilai Y jika  $X_1, X_2$  dan  $X_3 = 0$

$b_1, b_2$  = Koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan variabel  $X_1, X_2$ , dan  $X_3$

$X_{1-3}$  = Variabel independen<sup>30</sup>

Maka

Y = Kepuasan Konsumen

$X_1$  = Lokasi

$X_2$  = Kualitas Pelayanan

$X_3$  = Harga

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi lokasi terhadap kepuasan konsumen

$b_2$  = Koefisien regresi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

$b_3$  = Koefisien regresi harga terhadap kepuasan konsumen

e = Kesalahan pengganggu

Dari persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) bertanda positif yaitu sebesar 7,032. Artinya apabila variabel Lokasi ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ) dianggap konstan (nilainya nol) maka rata-rata Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 7,032.
- b. Nilai koefisien regresi lokasi ( $b_1$ ) bertanda positif yaitu sebesar 0,182. Artinya setiap kenaikan variable lokasi sebesar 1 satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,182. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara lokasi dengan kepuasan konsumen. Semakin strategis lokasi maka semakin meningkatkan kepuasan konsumen.

<sup>30</sup>Duwi Priyatno, *Op. Cit*, hlm. 136

- c. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan ( $b_2$ ) bertanda positif yaitu sebesar 0,369. Artinya setiap kenaikan variable kualitas pelayanan sebesar 1 satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,369. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin meningkatkan kepuasan konsumen.
- d. Nilai koefisien regresi harga ( $b_3$ ) sebesar 0,204. Hal ini berarti bahwa setiap penambahan satu harga maka akan menambah kepuasan konsumen sebesar 0,204.

## 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.<sup>31</sup> Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada output *Model Summary*. Untuk lebih jelasnya, berikut adalah hasil perhitungannya.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )<sup>32</sup>**

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.522 <sup>a</sup>	.272	.249	2.482	2.259

a. Predictors: (Constant), HARGA, LOKASI, KUALITAS\_PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN\_KONSUMEN

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas dan variabel terikat sebesar  $R = .552^a$ . Hal ini

<sup>31</sup>*Ibid*, hlm. 66

<sup>32</sup>Hasil olah SPSS berdasarkan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), pada tanggal 13 Maret 2018

mengindikasikan bahwa variabel bebas lokasi, kualitas pelayanan dan harga memiliki hubungan terhadap variabel terikat kepuasan konsumen. Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan searah dengan tingkat hubungan yang rendah. Dari hasil analisis data di atas diketahui bahwa besarnya *Adjusted R Square* 0,249 hal ini berarti 24,9% variansi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variansi dari variabel independen lokasi, kualitas pelayanan dan harga. Sedangkan sisanya ( $100\% - 24,9\% = 75,1\%$ ) dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model penelitian ini.

### 3. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas (lokasi, kualitas pelayanan dan harga) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).<sup>33</sup> Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh atau tidak maka akan dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel. Berikut adalah hasil perhitungan t hitung yang dibantu dengan program SPSS versi 16.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)<sup>34</sup>**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.032	3.528		1.993	.049
	LOKASI	.182	.091	.184	1.998	.049
	KUALITAS_PELAYANAN	.369	.099	.349	3.732	.000
	HARGA	.204	.072	.267	2.851	.005

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_KONSUMEN

<sup>33</sup>*Ibid*, hlm. 68

<sup>34</sup>Hasil olah SPSS berdasarkan Analisis Uji t (uji parsial), pada tanggal 13 Maret 2018

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018*

**a. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Komplek Pedagang Sinom Yayasan Masjid dan Makam Sunan Muria**

Dari hasil output SPSS pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 1,998 dengan signifikansi sebesar 0,49. T tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan tingkat signifikansi  $\alpha=0,05$  (pengujian dua sisi) dengan *degree of freedom* (df) =  $n - k - 1$  atau  $100 - 3 - 1 = 96$  (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas).<sup>35</sup> Maka diperoleh t tabel sebesar 1,984. Dari hasil perbandingan menunjukkan jika t hitung > t tabel ( $1,998 > 1,984$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara lokasi dengan kepuasan konsumen secara parsial.

**b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Komplek Pedagang Sinom Yayasan Masjid dan Makam Sunan Muria**

Dari hasil output SPSS pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 3,732 dengan signifikansi sebesar 0,000. T tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan tingkat signifikansi  $\alpha=0,05$  (pengujian dua sisi) dengan *degree of freedom* (df) =  $n - k - 1$  atau  $100 - 3 - 1 = 96$  (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas).<sup>36</sup> maka diperoleh t tabel sebesar 1,984. Dari hasil perbandingan menunjukkan jika t hitung > t tabel ( $3,732 > 1,984$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen..

**c. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Komplek Pedagang Sinom Yayasan Masjid dan Makam Sunan Muria**

Dari hasil output SPSS pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 2,851 dengan signifikansi sebesar 0,005. T tabel dapat

<sup>35</sup>Dwi Prayitno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, ANDI OFFSET, Yogyakarta, 2014, hlm.161.

<sup>36</sup>*Ibid*, hlm. 161.

dilihat pada tabel statistik dengan tingkat signifikansi  $\alpha=0,05$  (pengujian dua sisi) dengan *degree of freedom* (df) =  $n - k - 1$  atau  $100 - 3 - 1 = 96$  (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas).<sup>37</sup>Maka diperoleh t tabel sebesar 1,984. Dari hasil perbandingan menunjukkan jika t hitung > t tabel ( $2,851 > 1,984$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara harga dengan kepuasan konsumen secara parsial.

## F. Pembahasan Hasil penelitian

### 1. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Komplek Pedagang Sinom Yayasan Masjid dan Makam Sunan Muria

Berdasarkan hasil uji parsial atau uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ( $1,998 > 1,984$ ) serta nilai signifikansi sig. lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,49 sehingga hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang menyatakan “diduga lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen komplek pedagang Sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria” diterima. Artinya semakin tinggi tingkat strateginya lokasi maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fatchur Rachman (2014), bahwa variable lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, diperoleh koefisien sebesar 0,322 dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu  $2,898 > 1,986$  dengan nilai signifikansi 0,005 yang memiliki nilai lebih kecil dari 0,05.

Hal ini menunjukkan bahwa lokasi merupakan salah satu factor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen komplek pedagang sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria. Nilai koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,182 artinya setiap kenaikan variabel lokasi sebesar 1 satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,182. Nilai koefisien regresi lokasi ini merupakan nilai paling rendah

---

<sup>37</sup>*Ibid*, hlm. 161.

diantara variabel yang lain. Menurut analisis peneliti hal ini disebabkan karena lokasi yang berada di tempat paling tinggi dari area Makam Sunan Muria, meskipun lokasinya bisa dijangkau baik dengan berjalan kaki atau naik ojek tetapi tidak semua konsumen menganggap hal ini cukup memuaskan, selain itu penataan lokasi dagang yang berkelompok sesuai jenis barang dagangan terkadang membuat beberapa dari konsumen kebingungan ketika hendak menukar suatu barang dan sering terjadi salah tempat. Untuk tetap meningkatkan kepuasan konsumen kompleks pedagang Sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria maka pedagang diharapkan lebih memperhatikan lokasi, memberikan kenyamanan, membantu konsumen ketika kebingungan sewaktu menukar barang. Semakin baik dan strategis lokasi yang ada maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen. Sebaliknya, semakin buruk lokasi maka semakin rendah kepuasan konsumen.

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Komplek Pedagang Sinom Yayasan Masjid dan Makam Sunan Muria**

Berdasarkan hasil uji parsial atau uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,372 > 1,984$ ), serta nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 sehingga hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang menyatakan “diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kompleks pedagang sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria” diterima. Artinya semakin tinggi tingkat pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lili Harjati dan Yurike Venesia (2015). Dalam penelitiannya, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, diperoleh koefisien sebesar 0,128 dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu  $3,980 > 1,984$  dengan nilai signifikansi 0,000 yang memiliki nilai lebih kecil dari 0,05.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu factor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen kompleks pedagang sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,369 artinya setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar 1 satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,369. Nilai koefisien regresi kepuasan konsumen merupakan nilai yang paling tinggi dibandingkan dengan variabel yang lain, menurut analisis peneliti hal ini disebabkan ramahnya pedagang Sinom, sopan santun yang tinggi, kesabaran dalam melayani maupun menjelaskan kepada konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan penjual kepada pembeli atau konsumen maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Sebaliknya, semakin rendah atau sedikit kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin rendah pula tingkat kepuasannya.

### **3. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Komplek Pedagang Sinom Yayasan Masjid dan Makam Sunan Muria**

Berdasarkan hasil uji parsial atau uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $2,851 > 1,984$ ), serta nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,005 sehingga hipotesis kedua ( $H_3$ ) yang menyatakan “diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kompleks pedagang sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria” diterima. Artinya semakin murah harga barang yang dijual maka akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap harga barang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sumawardani, Pmaria M Minarsih dan M Mukeri Warso (2016). Dalam penelitiannya, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, diperoleh koefisien sebesar 0,429 dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu  $6,490 > 1,674689$  dengan nilai signifikansi 0,000 yang memiliki nilai lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05

Hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu factor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen komplek pedagang sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria. Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,204 artinya setiap kenaikan variabel harga sebesar 1 satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,204. Menurut analisis peneliti hal ini disebabkan karena pedagang Sinom sudah memberikan harga yang terjangkau dan sesuai dengan barang yang dijual semakin terjangkau harga yang diberikan oleh pedagang maka pembeli juga semakin banyak dan ketika harga yang terjangkau bisa mendapatkan barang yang sesuai dengan harapan maka kepuasan yang dirasakan konsumen juga semakin tinggi. Untuk lebih meningkatkan kepuasan konsumen maka pedagang diharapkan lebih memperhatikan harga dengan tidak mengambil keuntungan terlalu tinggi dan tetap menjual barang dengan kualitas bagus dan sesuai dengan harga agar tidak terjadi kerugian baik pedagang maupun konsumen.

