

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan dapat digunakan untuk mengukur tentang seberapa besar tingkat pengaruh antara variabel yang mempengaruhi (variabel bebas) yaitu persepsi harga, lokasi dan kualitas pelayanan sedangkan variabel yang dipengaruhi (variabel terikat) yaitu Kepuasan Konsumen pada minuman Coklat Semut Di Kota Mojokerto.

Perhitungan serta pengukuran variabel-variabel tersebut digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel persepsi harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Perhitungan tersebut digunakan untuk menguji variabel yang lebih dominan atau signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen dan untuk mengetahui ketiga variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dengan melakukan beberapa perhitungan secara sistematis dengan menggunakan aplikasi statistik SPSS untuk mendapatkan hasil yang akurat, seberapa akurat pengaruh variabel tersebut secara nyata.

Sampel penelitian adalah konsumen minuman Coklat Semut Di Kota Mojokerto seluruhnya berjumlah 50 orang. Berikut adalah karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin dan pekerjaan:

**Tabel 5.1****Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Prosentase</b>
7 tahun – 12 tahun	12	24%
13 tahun – 15 tahun	16	32%
16 tahun – 18 tahun	11	22%
19 tahun keatas	11	22%
Jumlah	50	100 %

Sumber : Data diolah dari data primer (kuesioner), 2016

Berdasarkan pada tabel. 5.1 diatas, terlihat jelas bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini didominasi oleh konsumen yang berusia 13 tahun – 15 tahun, yaitu sebanyak 32% (16 responden), yang berusia 7 tahun – 12 tahun sebanyak 24% (12 responden), yang berusia 16 tahun – 18 tahun sebanyak 22% (11 responden), sedangkan responden yang berusia 19 tahun keatas dalam penelitian ini sebanyak 22% (11 responden).

Sedangkan jika kita lihat karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden, seperti yang tercantum pada tabel berikut:

**Tabel 5.2****Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Prosentase</b>
Laki-laki	24	48 %
Perempuan	26	52 %
Jumlah	50	100 %

Sumber : Data diolah dari data primer (kuesioner), 2017

Apabila kita perhatikan tabel 5.2 diatas, maka dapat diketahui bahwa karakteristik responden yang dijadikan sebagai obyek penelitian ini didominasi oleh konsumen perempuan sebesar 52% dan konsumen laki-laki sebesar 48%.

Sedangkan jika kita lihat karakteristik responden berdasarkan pendidikan responden, seperti yang tercantum pada tabel berikut:

**Tabel 5.3****Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Prosentase</b>
SD	12	24 %
SMP	16	32 %
SMA/SMK	11	22 %
Sarjana	11	22 %
Jumlah	50	100 %

Sumber : Data diolah dari data primer (kuesioner), 2016

Berdasarkan pada tabel. 5.3 diatas, terlihat jelas bahwa responden memiliki pendidikan yang berbeda-beda mulai dari SD, SMP, SMA/SMK, Sarjana dan yang paling mendominasi adalah SMP.

Selain itu responden juga bisa ditinjau dari aspek pekerjaan yang dimiliki responden. Berikut ini datanya:

Tabel 5.4

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Prosentase</b>
Pegawai Negeri	3	6 %
Pegawai Swasta	5	10 %
Wiraswasta	3	6 %
Pelajar/mahasiswa	39	78 %
Jumlah	50	100 %

Sumber : Data diolah dari data primer (kuesioner), 2016

Berdasarkan pada tabel diatas (tabel 5.4), terlihat jelas bahwa sebagian besar responden yang mendominasi responden penelitian adalah responden pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 78% (39 responden), responden bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 10% (5 responden), responden bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 6% (3responden), dan responden bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 6% (3 responden).

### 5.1.1 Deskripsi Variabel Penelitian

Analisis deskripsi bertujuan untuk menggambarkan jawaban responden terhadap pertanyaan – pertanyaan dalam kuesioner untuk masing – masing variabel. Untuk jawaban responden didapat dari besarnya interval kelas *mean* setelah diketahui, kemudian dibuat rentang skala, sehingga dapat diketahui dimana letak rata-rata

penilaian responden terhadap setiap variabel yang dipertanyakan. Contoh rentang skala *mean* tersebut ditunjukkan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Interval Kelas} &= \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

Dengan hasil interval kelas 0,8 maka dapat disimpulkan kriteria rata-rata jawaban responden adalah :

1,00 - < 1,80 = Sangat Tidak Setuju

1,80 - < 2,60 = Tidak Setuju

2,60 - < 3,40 = Ragu-Ragu

3,40 - < 4,20 = Setuju

4,20 - < 5,00 = Sangat Setuju

Skala mean diatas untuk memberikan penilaian dalam jawaban pertanyaan – pertanyaan yang ada dalam kuesioner.

#### 1. Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga ( $X_1$ )

Sebagaimana dijelaskan dalam definisi Persepsi Harga ( $X_1$ ) yang merupakan salah satu variabel bebas dengan 4 indikator dan mempunyai 4 pertanyaan yang ditunjukkan pada tabel 5.5 sebagai berikut:

**Tabel 5.5**  
**Hasil Penelitian Rata-Rata Persepsi Harga (X<sub>1</sub>)**

No	Pertanyaan	Mean	Std.Dev
1.	Harga yang ditentukan sesuai dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang di berikan	4.24	0.476
2.	Kesesuaian tingkat harga yang terjangkau oleh daya beli masyarakat	4.16	0.618
3.	Pebandingan harga yang mampu bersaing dengan gerai minuman pesaing	4.20	0,670
4.	Harga sesuai dengan manfaat dan nilai yang di peroleh konsumen	4.26	0.600
Mean Keseluruhan Variabel Harga (X <sub>1</sub> )		4.20	0.588

Sumber : Lampiran

Tabel 5.5 menunjukkan bahwa pada variabel Persepsi Harga (X<sub>1</sub>) mendapat nilai rata-rata 4.20. Dengan mengamati hasil tersebut, maka mayoritas dari 50 responden rata-rata memberikan jawaban kuisioner “Setuju” dalam interval kelas 3.41 - < 4.20. Hasil nilai standart deviasi minimum sebesar 0.588 yang berarti memiliki data dengan variabilitas atau keberagaman data semakin kecil atau semakin homogen, sedangkan nilai standart deviasi maximum 1.000 yang berarti bahwa terdapat variabilitas data yang besar.

## 2. Analisis Deskriptif Variabel Lokasi ( $X_2$ )

Sebagaimana dijelaskan dalam definisi Lokasi ( $X_2$ ) yang merupakan salah satu variabel bebas dengan 4 indikator dan mempunyai 4 pertanyaan yang ditunjukkan pada tabel 5.6 sebagai berikut:

**Tabel 5.6**

**Hasil Penelitian Rata-Rata Variabel Lokasi ( $X_2$ )**

No	Pertanyaan	Mean	Std.Dev
1.	Keamanan di sekitar lokasi gerai minuman terjamin	4.30	0.614
2.	Arus lalu lintas menuju lokasi gerai minuman lancar	4.22	0.616
3	Kondisi lingkungan nyaman	4.16	4.548
4	Ketersediaan lahan parkir yang memadai	4.22	0.465
Mean Keseluruhan Variabel Lokasi ( $X_2$ )		4.23	0.593

Sumber: Lampiran

Tabel 5.6 menunjukkan bahwa pada variabel Lokasi ( $X_2$ ) mendapat nilai rata-rata 4.23. Dengan mengamati hasil tersebut, maka mayoritas dari 50 responden rata-rata memberikan jawaban kuisioner “Setuju” dalam interval kelas  $3.41 - < 4.20$ . Hasil nilai standart deviasi minimum sebesar 0.593 yang berarti memiliki data dengan variabilitas atau keberagaman data semakin kecil atau semakin homogen, sedangkan nilai standart deviasi maximum 1.119 yang berarti bahwa terdapat variabilitas data yang besar.



### 3. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ )

Sebagaimana dijelaskan dalam definisi Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) yang merupakan salah satu variabel bebas dengan 4 indikator dan mempunyai 4 pertanyaan yang ditunjukkan pada tabel 5.7 sebagai berikut:

**Tabel 5.7**

**Hasil Penelitian Rata-Rata Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ )**

No	Pertanyaan	Mean	Std.Dev
1.	Kondisi gerai minuman baik	4.18	0.482
2.	Karyawan cepat dalam membuat minuman	4.20	0.606
3.	Karyawan tanggap terhadap keluhan konsumen	4.18	0.482
4.	Karyawan memberikan perhatian individu dengan baik kepada konsumen	4.16	0.548
Mean Keseluruhan Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ )		4.18	0.530

Sumber: Lampiran

Tabel 5.7 menunjukkan bahwa pada variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) mendapat nilai rata-rata 4.18. Dengan mengamati hasil tersebut, maka mayoritas dari 50 responden rata-rata memberikan jawaban kuisisioner “Setuju” dalam interval kelas 3.41 - < 4.20. Hasil nilai standart deviasi minimum sebesar 0.530 yang berarti memiliki data dengan variabilitas atau keberagaman data semakin kecil atau semakin homogen, sedangkan nilai standart deviasi maximum 1.068 yang berarti bahwa terdapat variabilitas data yang besar.

#### 4. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Sebagaimana dijelaskan dalam definisi Kepuasan Konsumen (Y) yang merupakan salah satu variabel terikat dengan 4 indikator dan mempunyai 4 pertanyaan yang ditunjukkan pada tabel 5.7 sebagai berikut:

**Tabel 5.8**

**Hasil Penelitian Rata-Rata Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

No	Pertanyaan	Mean	Std.Dev
1.	Konsumen merasa senang ketika harapannya terpenuhi	4.20	0.45
2.	Konsumen memberikan pujian setelah melakukan transaksi	4.06	0.62
3.	Konsumen merasa suka terhadap minuman yang disajikan	3.10	0.58
4.	Perasaan puas pada saat melakukan pembelian	4.08	0.57
Mean Keseluruhan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)		4.11	0.072

Sumber: Lampiran

Tabel 5.8 menunjukkan bahwa pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) mendapat nilai rata-rata 4.11. Dengan mengamati hasil tersebut, maka mayoritas dari 50 responden rata-rata memberikan jawaban kuisisioner “Sangat Setuju” dalam interval kelas 4.20 - < 5.00. Hasil nilai standart deviasi minimum sebesar 0.072 yang berarti memiliki data dengan variabilitas atau keberagaman data semakin kecil atau semakin homogen, sedangkan nilai standart deviasi maximum 1.068 yang berarti bahwa terdapat variabilitas data yang besar.

## 5.2 Uji Prasyarat Analisis / Uji Instrumen

### 5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner menurut Ghozali (2011:45). Berikut hasil pengujian validitas dengan perhitungan program SPSS. Hasil analisis yaitu nilai sig dibandingkan dengan taraf signifikan sebesar 0.05.

**Tabel 5.9**

#### Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Rtable	Kesimpulan
Persepsi Harga (X <sub>1</sub> )	X1.1	0,469	0,2573	Valid
	X1.2	0,471	0,2573	Valid
	X1.3	0,691	0,2573	Valid
	X1.4	0605	0,2573	Valid
Lokasi (X <sub>2</sub> )	X2.1	0,597	0,2573	Valid
	X2.2	0,458	0,2573	Valid
	X2.3	0,309	0,2573	Valid
	X2.4	0,378	0,2573	Valid
Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )	X3.1	0,737	0,2573	Valid
	X3.2	0,541	0,2573	Valid
	X3.3	0,737	0,2573	Valid
	X3.4	0,467	0,2573	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,515	0,2573	Valid
	Y.2	0,506	0,2573	Valid
	Y.3	0,709	0,2573	Valid
	Y.4	0,570	0,2573	Valid

Sumber: Lampiran

Berdasarkan Tabel 5.9 di atas menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas indikator dari semua variabel bebas maupun terikat mayoritas menunjukkan valid, karena nilai korelasi lebih besar dari r-tabel sehingga dinyatakan bahwa mayoritas penelitian telah valid

### 5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas konstruk dilakukan untuk mengukur konstruk tersebut handal atau tidak (Ghozali, 2011:47). Dikatakan reliabel jika Cronbach Alpha > 0.6, berikut hasil pengujian reliabilitasnya:

**Tabel 5.10**

#### **Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Alpha</b>	<b>Alpha</b>	<b>Kesimpulan</b>
Persepsi Harga ( $X_1$ )	0.281	0.25	Reliabel
Lokasi ( $X_2$ )	0.453	0.25	Reliabel
Kualitas Pelayanan ( $X_3$ )	0.432	0.25	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.321	0.25	Reliabel

Sumber: Lampiran

Berdasarkan Tabel 5.10 di atas menunjukan bahwa hasil pengujian reliabilitas indikator dari variabel Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan menunjukan reliabel semua, karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0.25 sehingga dinyatakan bahwa semua indikator telah reliabel.

### 5.3 Pengujian Hipotesis

#### 5.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Persepsi Harga ( $X_{PH}$ ), Lokasi ( $X_{Lo}$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_{KP}$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). Berdasarkan dari hasil perhitungan menggunakan program SPSS maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

**Tabel 5.11**

#### Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
Constant	2.120	1.687	
Persepsi Harga ( $X_{PH}$ )	.430	.126	.450
Lokasi ( $X_{Lo}$ )	.004	.157	.005
Kualitas Pelyanan ( $X_{KP}$ )	.418	.145	.423

Sumber: Lampiran

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda yang signifikan sebagai berikut:

$$Y = 0.450PH + 0.005Lo + 0.423KP$$

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

X<sub>PH</sub> = Persepsi Harga

X<sub>Lo</sub> = Lokasi

X<sub>KP</sub> = Kualitas Pelayanan

1. Koefisien regresi persepsi harga (b1) = 0,450, nilai positif yang didapat menunjukkan apabila kondisi persepsi harga lebih baik, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Koefisien regresi lokasi (b2) = 0,005, nilai positif yang didapat menunjukkan apabila ada peningkatan lokasi, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Koefisien regresi kualitas pelayanan (b3) = 0,423, nilai positif yang didapat menunjukkan apabila ada peningkatan kualitas pelayanan, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan Tabel 5.11 diatas dapat diketahui bahwa variabel yang memiliki hubungan kuat / paling dominan terhadap kepuasan konsumen adalah variabel Persepsi Harga (X<sub>PH</sub>) dan Kualitas Pelayanan (X<sub>KP</sub>) karena memiliki koefisien beta (Standardized Coefficient) sebesar 0.450 dan 0.423.

### 5.3.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdiri dari Persepsi Harga ( $X_{PH}$ ), Lokasi ( $X_{Lo}$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_{KP}$ ) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y).

**Tabel 5.12**

#### Hasil Uji t

Model Anova	Thitung	Sig	Kesimpulan
Persepsi Harga ( $X_{PH}$ )	3.414	.001	thit < ttabel
Lokasi ( $X_{Lo}$ )	0.028	.978	thit > ttabel
Kualitas Pelayanan ( $X_{KP}$ )	2.880	.006	thit < ttabel

Sumber: Lampiran

#### 1. Uji t (parsial) pada variabel Persepsi Harga ( $X_{PH}$ )

Untuk menguji hipotesis digunakan Uji t yang menunjukkan pengaruh secara parsial variabel Persepsi Harga ( $X_{PH}$ ) terhadap variabel Kepuasan Konsumen(Y).

#### 1. Hipotesis :

- a.  $H_0 : \beta_i = 0$  artinya variabel PersepsiHarga ( $X_{PH}$ ) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

- b.  $H_1 : \beta_i \neq 0$  artinya variabel Persepsi Harga ( $X_{PH}$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

## 2. Kriteria:

- a. Jika nilai probabilitas  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.  
 b. Jika nilai probabilitas  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

## 3. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian, diperoleh nilai signifikan sebesar .001 lebih kecil dari 0.05 maka  $H_0$  diterima pada signifikansi 5% sehingga kesimpulannya adalah variabel Persepsi Harga ( $X_{PH}$ ) mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

## 2. Uji t (parsial) pada variabel Lokasi ( $X_{Lo}$ )

Untuk menguji hipotesis digunakan Uji t yang menunjukkan pengaruh secara parsial variabel Lokasi ( $X_{Lo}$ ) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

### 1. Hipotesis :

- a.  $H_0 : \beta_i = 0$  artinya variabel Lokasi ( $X_{Lo}$ ) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).



- b.  $H_1 : \beta_i \neq 0$  artinya variabel Lokasi ( $X_{Lo}$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

## 2. Kriteria:

- a. Jika nilai probabilitas  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.  
 b. Jika nilai probabilitas  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

## 3. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian, diperoleh nilai signifikan sebesar .978 lebih besar dari 0.05 maka  $H_0$  ditolak pada signifikansi 5% sehingga kesimpulannya adalah variabel Lokasi ( $X_{Lo}$ ) tidak mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

## 3. Uji t (parsial) pada variabel Disiplin Kerja ( $X_{DK}$ )

Untuk menguji hipotesis digunakan Uji t yang menunjukkan pengaruh secara parsial variabel Kualitas Pelayanan ( $X_{KP}$ ) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

### 1. Hipotesis :

- a.  $H_0 : \beta_i = 0$  artinya variabel Kualitas Pelayan ( $X_{KP}$ ) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

- b.  $H_1 : \beta_i \neq 0$  artinya variabel Kualitas Pelayanan ( $X_{KP}$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

2. Kriteria:

- a. Jika nilai probabilitas  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.  
b. Jika nilai probabilitas  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

3. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian, diperoleh nilai signifikan sebesar .006 lebih kecil dari 0.05 maka  $H_0$  ditolak pada signifikansi 5% sehingga kesimpulannya adalah variabel Kualitas Pelayanan ( $X_{KP}$ ) mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

### 5.3.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan (Uji F) menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang terdiri dari Persepsi Harga ( $X_{PH}$ ), Lokasi ( $X_{Lo}$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_{KP}$ ) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 5.13

## Hasil Perhitungan Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	49.156	3	16.385	24.186	.000 <sup>b</sup>
Residual	31.164	46	.677		
Total	80.320	49			

Langkah-langkah pengujian:

1. Hipotesis

$H_0 : \beta_i = 0; i = 1, 2, 3$  artinya variabel bebas yang terdiri dari Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.

$H_1 : \beta_i \neq 0; i = 1, 2, 3$  artinya variabel bebas yang terdiri dari Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Jika nilai signifikansi dari Uji F sig < 0.05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Berdasarkan Tabel 5.11 besarnya nilai signifikansi adalah 0.000 berarti kurang dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga variabel bebas yang terdiri dari Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.

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

**Tabel 5.14**

#### **Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 <sup>a</sup>	.612	.587	.823

Sumber: Lampiran

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen. Hasil dari perhitungan diperoleh nilai  $R^2 = 0.587$  yang berarti bahwa sebesar 58,7% Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh variabel Persepsi Harga ( $X_{PH}$ ), Lokasi ( $X_{Lo}$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_{KP}$ ), sedangkan sisanya 41.3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

#### 5.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Berikut ini dipaparkan penjelasan atas jawaban dari hipotesis penelitian.

### **1. Pengaruh Persepsi Harga secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen**

Persepsi Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen minuman Coklat Semut Di Kota Mojokerto, dengan didapat hasil uji - t sebesar 3.414 dan sig.  $0,001 < \alpha = 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan konsumen semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan konsumen yang maksimal. Menurut (Tjiptono, 1999) Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Pengujian secara statistik membuktikan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel persepsi harga terhadap kepuasan konsumen minuman Coklat Semut Di Kota Mojokerto. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Rondonuwu (2013) yang menyimpulkan bahwa persepsi harga, berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna mobil Nissan March pada PT. Wahana Wirawan Manado. Hasil penelitian ini menguatkan pendapat bahwa

harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan hasil analisis yaitu persepsi harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

## **2. Pengaruh Lokasi secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen**

Lokasi terbukti berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen minuman Coklat Semut Di Kota Mojokerto, dengan didapat hasil uji – t sebesar 0,028 dan sig. 0,978 >  $\alpha = 0,05$ . Hal ini sudah memberikan bukti bahwa pemilihan lokasi gerai minuman Coklat Semut Di Kota Mojokerto sudah sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi. Sesuai dengan indikator kepuasan konsumen yang ada di dalam yang ada di dalam penelitian ini, konsumen tidak ada yang mengeluhkan tentang lokasi yang di tempati gerai minuman Coklat Semut Di Kota Mojokerto. Hal tersebut sudah merupakan faktor penentu terhadap kepuasan konsumen. Dikarenakan mayoritas konsumen minuman Coklat Semut Di Kota Mojokerto adalah Pelajar/Mahasiswa. Dapat dilihat dari tabel karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, paling banyak konsumen Coklat Semut Di Kota Mojokerto di dominasi oleh para Pelajar/Mahasiswa dengan prosentase mencapai 78%. Sehingga para Pelajar/Mahasiswa menilai bahwa lokasi gerai minuman Coklat Semut Di Kota Mojokerto sudah terjamin keamanannya. Jadi sudah bisa disimpulkan bahwa konsumen sudah merasa aman dari hal-hal yang tidak diinginkan serta kondisi di lingkungan gerai minuman Coklat Semut dirasakan konsumen sangat nyaman. Dan ketersediaan lokasi yang dapat dengan mudah menjangkau konsumen sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial Terhadap Kepuasan Konsumen**

Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen minuman Coklat Semut Di Kota Mojokerto, dengan didapat hasil uji – t sebesar 2.880 dan sig.  $0,006 < \alpha = 0,05$ . Hal ini dapat diartikan bahwa adanya pelayanan yang sangat baik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 20)

Pelayanan yang baik terlihat dari kemampuan menjalankan pekerjaan secara efektif dan efisien. Sedangkan disisi lain masih lebih ditingkatkan dalam hal pelayanan untuk selalu cepat dalam melayani minuman, dan lebih tanggap terhadap keluhan, serta harus memberikan perhatian individu dengan baik, agar dapat lebih memaksimalkan pelayanan sehingga dapat mencapai hasil yang lebih baik. Maka kesimpulan yang diambil adalah menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen minuman Coklat Semut Di Kota Mojokerto.

### **4. Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara simultan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil analisis menunjukkan variabel Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini diketahui dari hasil Uji F yang menunjukkan bahwa nilai sig dalam Uji F sebesar 0.000 yang artinya  $<$  dari 0.05, sehingga seluruh variabel independen yang terdiri dari Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen minuman Coklat Semut Di Kota Mojokerto. Dengan demikian membuktikan dan menganalisis pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen minuman Coklat Semut Di Kota Mojokerto dapat dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.

## **BAB VI**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**