

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA MOM MILK
CABANG MANAHAN SOLO**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

ADITYA PRAHAYUDHI
B 100 150 233

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA
DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MOM
MILK CABANG MANAHAN SOLO**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

ADITYA PRAHAYUDHI
B 100 150 233

Telah diperiksa dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



Sri Murwanti, S.E., M.M.

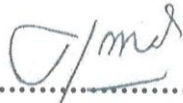
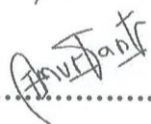
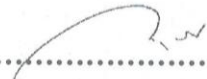
HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA
DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MOM
MILK CABANG MANAHAN SOLO**

**OLEH
ADITYA PRAHAYUDHI
B100150233**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari, Sabtu, 15 Februari 2020
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.**

Dewan Penguji:

1. Dra. Chuzaimah, M.M.
(Ketua Dewan penguji) (.....)
2. Sri Murwanti, S.E., M.M.
(Sekretaris Dewan Penguji) (.....)
3. Basworo Dibyo, S.E., M.Si.
(Anggota Dewan Penguji) (.....)

Dekan,



**Dr. Syamsudin, M.M
NIDN. 0017025701**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka saya akan pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 05 Agustus 2020

Penulis,



ADITYA PRAHAYUDHI

B 100 150 233

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MOM MILK CABANG MANAHAN SOLO

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh kualitas produk. Kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Mom Milk cabang Manahan Solo. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Dengan menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah pengambilan sampel secara tidak acak. Teknik ini menggunakan kriteria yang telah dipilih oleh peneliti dalam memilih sampel. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Mom Milk cabang Manahan Solo yang membeli sebanyak dua kali atau lebih.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ,diterima. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, diterima. Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, diterima. Variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, diterima.

Kata Kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada mom milk cabang Manahan Solo.

Abstract

This study aims to analyze the effect of product quality. Quality of service, price and location to customer satisfaction at Mom Milk Manahan Solo branch. The sample in this study was 100 respondents' experiments. By using a questionnaire to collect data. The sampling technique used is non-random sampling. This technique uses criteria that have been selected by researchers in selecting samples. Criteria for respondents in this study were Mom Milk customers in Manahan Solo branch who bought double or more.

The results of this study indicate that the Product Quality variable has a significant effect on Customer Satisfaction, accepted. Service Quality Variable has a significant effect on Customer Satisfaction, accepted. Price variable has a significant effect on customer satisfaction, accepted. Location Variable has a significant effect on Customer Satisfaction, accepted.

Keywords: product quality, service quality, price, and location of customer satisfaction in Mom Milk Manahan Solo branch.

1. PENDAHULUAN

Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang ada di Indonesia. Di era globalisasi memperluas pasar produk dari perusahaan di Indonesia, dan di sisi lain, keadaan tersebut memunculkan persaingan yang semakin ketat antara perusahaan domestik. Persaingan dalam dunia usaha akan mendorong perusahaan-perusahaan akan berlomba agar bisa menjadi pemimpin pasar. Setiap perusahaan dituntut

untuk mampu menciptakan strategi-strategi bisnis yang baru agar bisa mempengaruhi pasar dan merebut pangsa pasar yang luas.

Peranan perilaku konsumen diperlukan untuk mencapai tuntutan dan kebutuhan pasar sasaran sebagai usaha persuasif dari perusahaan untuk merangsang dan agar konsumen mencapai kepuasan dalam pembelian. Karena itu pihak perusahaan perlu mengambil inisiatif untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui informasi yang ditujukan pada konsumen sasaran sehingga produk yang ditawarkan teraktualisasi.

Adanya persaingan susu yang banyak serta peluang pasar yang masih luas, diperlukan segmen-segmen pasar untuk menempatkan posisi produk. Dengan melakukan segmentasi pasar, pada akhirnya usaha dapat menyusun suatu strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang tepat dengan segmentasi pasarnya, agar dapat mengidentifikasi keinginan konsumen dengan memperhatikan kebutuhan, harapan dan kemampuan konsumen sangat penting bagi keberhasilan suatu sistem pemasaran untuk mendapatkan pelanggan setia dan mempertahankannya. Namun, ini bukan tugas yang mudah bagi pemasar, karena beberapa perusahaan dan merek bersaing secara bersamaan untuk mempertahankan pelanggan dan mendapatkan keuntungan berlimpah. Seiring persaingan dan pengaruh lingkungan lainnya meningkat secara global, jelas bahwa ada penekanan yang meningkat pada peningkatan kualitas dan pengurangan biaya untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dalam ekonomi pemasaran, pelanggan adalah sumber kehidupan setiap organisasi, dan tanpa pelanggan, tidak ada organisasi yang dapat keberadaannya.

Dalam industri minuman, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi mungkin merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan untuk Kepuasan Pelanggan.

Menurut Tjiptono (2002:146) kepuasan konsumen adalah respon konsumen atau pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Pada dasarnya pengertian dari kepuasan konsumen mencakup perbedaan antar harapan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Dengan penjelasan yang sudah dikemukakan sebelumnya. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MOM MILK CABANG MANAHAN SOLO”

2. METODE

Jenis penelitian kuantitatif. Variabel yang diteliti adalah ialah variabel independen (meliputi Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi) serta variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan. Populasinya adalah seluruh pelanggan Mom Milk cabang Manahan Solo yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti, dan sampelnya berjumlah 100 responden dengan teknik pengambilan sampel dengan sampling. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan langsung dari responden. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Metode analisis data dengan uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), uji hipotesis (analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, uji Koefisien Determinasi)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data Penelitian

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	62	62
Wanita	38	38
Total	100	100

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat responden yang sebagian besar berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 62 orang (62%) dan wanita sebanyak 38 orang (38%).

Tabel 2. Karakteristik Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
≤ 30 tahun	20	20
31 - 40 tahun	48	48
≥ 41 tahun	32	32
Jumlah	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2 diketahui responden sebagian besar berusia antara usia 31-40 tahun sebanyak 48 orang atau 48%, usia ≥ 41 tahun sebanyak 32 orang atau 32% dan usia ≤ 30 tahun sebanyak 20 orang atau 20%.

Tabel 3. Karakteristik Tingkat Pendidikan Responden

Penghasilan	Jumlah Responden	Persentase (%)
SD & SMP	23	23
SMA Sederajat	41	41
S1	36	36
Jumlah	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 3 diketahui dari 100 responden sebagian besar responden dengan tingkat pendidikan SMA Sederajat sebanyak 41 orang atau 41%, tingkat Pendidikan S1 sebanyak 36 orang atau 36% dan tingkat pendidikan SD & SMP sebanyak 23 orang atau 23%.

3.2 Hasil Analisis

Tabel 4. Rangkuman uji validitas instrumen variabel Kualitas Produk (X_1)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KP 1	0,523	0,197	Valid
KP 2	0,658	0,197	Valid
KP 3	0,645	0,197	Valid
KP 4	0,713	0,197	Valid
KP 5	0,764	0,197	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4 di atas maka dapat dikatakan bahwa 5 butir pertanyaan tentang variabel Kualitas Produk (X_1) adalah valid dengan taraf signifikansi r_{tabel} untuk sampel 0,05 adalah 0,197. Berdasarkan hasil uji validitas variabel kualitas produk, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk adalah valid, karena nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dalam variabel kualitas produk layak dipergunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 5. Rangkuman Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P 1	0,577	0,197	Valid
P 2	0,654	0,197	Valid
P 3	0,550	0,197	Valid
P 4	0,643	0,197	Valid
P 5	0,732	0,197	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2020

Tabel 5 di atas maka dapat dikatakan bahwa semua butir pertanyaan tentang variabel variabel Kualitas Pelayanan (X_2) adalah valid, dengan menggunakan taraf signifikansi nilai r_{tabel} 0,05 adalah 0,197. Variabel kualitas pelayanan dikatakan valid karena berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dari itu, item-item pertanyaan yang ada pada variabel kualitas pelayanan layak dipergunakan dalam instrumen penelitian.

Tabel 6. Rangkuman Uji Validitas Instrumen Untuk Variabel Harga (X_3)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
H 1	0,727	0,197	Valid
H 2	0,743	0,197	Valid
H 3	0,550	0,197	Valid
H 4	0,682	0,197	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2020

Pada tabel 6 di atas maka dapat dikatakan bahwa butir pertanyaan tentang variabel variabel Harga (X_3) adalah valid dengan taraf signifikansi 0,05 adalah 0,197. Variabel harga dikatakan valid karena pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Sehingga empat item pertanyaan variabel harga dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

Tabel 7. Rangkuman Uji validitas Instrumen Untuk Variabel Lokasi (X_4)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
L 1	0,748	0,197	Valid
L 2	0,759	0,197	Valid
L 3	0,748	0,197	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2020

Nilai r_{tabel} untuk sampel dengan taraf signifikansi 0,05 adalah 0,197. Dari tabel 7 menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan tentang variabel lokasi berstatus valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Oleh karena itu disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan kuesioner variabel lokasi dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 8. Rangkuman Uji validitas Instrumen Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kep 1	0,753	0,197	Valid
Kep 2	0,728	0,197	Valid
Kep 3	0,722	0,197	Valid
Kep 4	0,691	0,197	Valid
Kep 5	0,643	0,197	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2020

Tabel 8 merupakan hasil rangkuman uji validitas variabel kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil yang didapat menunjukkan bahwa butir-butir yang ada dalam variabel kepuasan pelanggan berstatus valid dengan taraf signifikansi nilai r_{tabel} untuk sampel 0,05 adalah 0,197. Nilai r_{hitung} pada tabel diatas menunjukkan bahwa lebih besar daripada nilai r_{tabel} , maka dapat disimpulkan variabel kepuasan pelanggan berstatus valid. Dengan demikian, lima butir pertanyaan kuesioner dalam variabel kepuasan pelanggan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	alpha cronbach	Kriteria Nunnaly	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0,666	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,617	0,60	Reliabel
Harga (X_3)	0,609	0,60	Reliabel
Lokasi (X_4)	0,614	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,661	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan bahwa semua variabel baik Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Harga (X_3), dan Lokasi (X_4), serta Kepuasan Pelanggan

(Y) adalah reliabel karena mempunyai nilai alpha cronbach > 0,6 sehingga seluruh item pertanyaan pada setiap variabel yang diteliti dapat digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data.

Tabel 10. Hasil Pengujian Normalitas

Variabel	Sig (2-tailed)	p-value	Keterangan
Undstandardized residual	0,556	P > 0,05	Normal

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil pengujian normalitas diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,556 lebih besar dari $\alpha = 5\%$ ($p > 0,05$), sehingga dapat dinyatakan bahwa keseluruhan data yang diperoleh memiliki sebaran data yang normal dan model regresi dalam penelitian ini dikatakan telah memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 11. Hasil Pengujian Autokorelasi

Durbin-Watson	Ketentuan	Kesimpulan
2,325	1,50- 2,50	Tidak ada autokorelasi positif atau negatif

Sumber : Data primer diolah, 2020

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai Durbin Watson sebesar 2,325, dimana hasil ini terletak 1,50- 2,50, sehingga tidak terjadi autokorelasi positif atau negatif.

Tabel 12. Hasil Pengujian Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	α	Keterangan
Kualitas Produk	0,540	1,853	10	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Pelayanan	0,624	1,603	10	Tidak terjadi multikolinieritas
Harga	0,598	1,672	10	Tidak terjadi multikolinieritas
Lokasi	0,745	1,343	10	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data primer diolah, 2020

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai VIF lebih besar dari 10 dan tidak ada variabel yang memiliki nilai tolerance lebih kecil dari 0,1. Sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat korelasi antara variabel bebas, dengan demikian dipastikan tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi yang diuji.

Tabel 13. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	taraf signifikansi	Sig.	Kesimpulan
Kualitas Produk	0,05	0,129	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,05	0,070	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Harga	0,05	0,945	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Lokasi	0,05	0,194	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan uji heteroskedastisitas pada tabel di atas diolah menggunakan program SPSS versi 21.00 menunjukkan bahwa nilai residual untuk variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi memiliki nilai signifikansi > 0,05 berarti bebas dari heteroskedastisitas.

Tabel 14. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients
Konstanta	2,128
Kualitas Produk	0,137
Kualitas Pelayanan	0,150
Harga	0,165
Lokasi	0,225

Sumber : Data primer diolah, 2020

Hasil analisis regresi linear berganda pada tabel IV.13 secara sistematis dapat ditulis persamaannya sebagai berikut : $Y = 2,128 + 0,137 X_1 + 0,150 X_2 + 0,165 X_3 + 0,225 X_4 + e$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka interpretasi dari koefisien masing-masing variabel sebagai berikut: 1) a = Konstanta sebesar 2,128 menyatakan bahwa jika variabel Kualitas Produk (X_1), variabel Kualitas Pelayanan (X_2), variabel Harga (X_3) dan variabel Lokasi (X_4) dianggap konstan maka kepuasan pelanggan di Mom Milk cabang Manahan Solo sebesar 2,128 satuan. 2) $b_1 = 0,251$, bila variabel kualitas produk naik satu-satuan maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,251 satuan atau dapat diartikan juga bila variabel kualitas produk meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. 3) $b_2 = 0,150$, bila variabel kualitas pelayanan naik satu-satuan maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,150 satuan atau dapat diartikan juga bila variabel kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. 4) $b_3 = 0,165$, bila variabel harga naik satu-satuan maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,165 satuan atau dapat diartikan juga bila variabel harga meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. 5) $b_4 = 0,225$, bila variabel lokasi naik satu-satuan maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,225 satuan atau dapat diartikan juga bila variabel lokasi meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Tabel 15. Uji t

Keterangan	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk	3,225	1,985	0,002	H_1 terbukti
Kualitas Pelayanan	3,280	1,985	0,001	H_2 terbukti
Harga	2,996	1,985	0,003	H_3 terbukti
Lokasi	3,436	1,985	0,001	H_4 terbukti

Sumber : Data primer diolah, 2020

Uraian hasil uji t sebagai berikut: a) Uji t yang berkaitan dengan Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan hasil perhitungan komputer SPSS versi 21.00 dapat diperoleh t_{hitung} sebesar 3,225. Sehingga $t_{hitung} = 3,225 > t_{tabel} = 1,985$,

maka H_0 ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil ini membuktikan bahwa hipotesa pertama yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mom Milk cabang Manahan Solo terbukti kebenarannya. b) Uji t yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan hasil perhitungan komputer SPSS versi 21.00 dapat diperoleh t_{hitung} sebesar 3,280. Sehingga $t_{hitung} = 3,280 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil ini membuktikan bahwa hipotesa kedua menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Mom Milk cabang Manahan Solo terbukti kebenarannya. c) Uji t yang berkaitan dengan Harga (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan hasil perhitungan komputer SPSS versi 21.00 dapat diperoleh t_{hitung} sebesar 2,996. Sehingga $t_{hitung} = 2,996 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil ini membuktikan bahwa hipotesa ketiga menyatakan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Mom Milk cabang Manahan Solo terbukti kebenarannya. d) Uji t yang berkaitan dengan Lokasi (X_4) terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan hasil perhitungan komputer SPSS versi 21.00 dapat diperoleh t_{hitung} sebesar 3,436. Sehingga $t_{hitung} = 3,436 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil ini membuktikan bahwa hipotesa keempat menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Mom Milk cabang Manahan Solo terbukti kebenarannya.

Tabel 16. Uji F

F_{hitung}	F_{tabel}	Sig.	Keterangan
41,116	2,47	0,000	ada pengaruh secara simultan

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 41,116, angka tersebut berarti F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} sehingga keputusannya menolak H_0 . Keempat variabel independen signifikan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Mom Milk cabang Manahan Solo secara simultan. Hasil ini membuktikan bahwa yang menyatakan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Mom Milk cabang Manahan Solo terbukti kebenarannya.

Tabel 17. Uji Koefisien Determinasi (R^2)		
R	Adjusted R^2	Keterangan
0,796	0,634	Persentase pengaruh 63,4%

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 0,634, hal ini berarti bahwa variabel independen dalam model (variabel Kualitas Produk, variabel Kualitas Pelayanan, variabel Harga dan variabel Lokasi) menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan Mom Milk cabang Manahan Solo sebesar 63,4% dan 36,6% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain di luar model.

3.3 Pembahasan

a. Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil Uji t yang menyatakan hipotesis “Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mom Milk cabang Manahan Solo” terbukti kebenarannya. Hasil analisis untuk pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mom Milk cabang Manahan Solo diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,225 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_1 sehingga ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Temuan dari hasil penelitian ini bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mom Milk cabang Manahan Solo. Nilai positif pada koefisien regresi variabel kualitas produk menunjukkan bahwa semakin kualitas produk berkualitas di Mom Milk cabang Manahan Solo maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk signifikan sehingga tetap menjadi pertimbangan pihak Mom Milk cabang Manahan Solo untuk ditingkatkan lebih lanjut.

b. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji t yang menyatakan hipotesis “Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mom Milk cabang Manahan Solo” terbukti kebenarannya. Hasil analisis untuk pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mom Milk cabang Manahan Solo diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,280 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_2 sehingga ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan dari hasil penelitian ini bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mom Milk cabang Manahan Solo. Nilai positif pada koefisien regresi variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa semakin kualitas pelayanan berkualitas di Mom Milk cabang Manahan Solo maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan nilai kepuasan

semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan signifikan sehingga tetap menjadi pertimbangan pihak Mom Milk cabang Manahan Solo untuk ditingkatkan lebih lanjut.

c. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil Uji t yang menyatakan hipotesis “Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mom Milk cabang Manahan Solo” terbukti kebenarannya. Hasil analisis untuk pengaruh variabel Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mom Milk cabang Manahan Solo diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,996 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_1 sehingga ada pengaruh yang signifikan Harga terhadap kepuasan pelanggan.

Temuan dari hasil penelitian ini bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mom Milk cabang Manahan Solo. Nilai positif pada koefisien regresi variabel harga menunjukkan bahwa semakin terjangkau harga terhadap konsumen yang diterapkan Mom Milk cabang Manahan Solo maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang terjangkau sangat signifikan sehingga tetap menjadi pertimbangan pihak Mom Milk cabang Manahan Solo untuk ditingkatkan lebih lanjut.

d. Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil Uji t yang menyatakan “Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mom Milk cabang Manahan Solo” terbukti kebenarannya. Hasil analisis untuk pengaruh variabel Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mom Milk cabang Manahan Solo diperoleh nilai dari $t_{hitung} = 3,436 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_4 sehingga ada pengaruh yang signifikan variabel Lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Temuan dari hasil penelitian ini bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mom Milk cabang Manahan Solo. Nilai positif pada koefisien regresi variabel lokasi menunjukkan bahwa semakin tempat strategis dan nyaman terhadap konsumen di Mom Milk cabang Manahan Solo maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang strategis dan nyaman sangat signifikan sehingga tetap menjadi pertimbangan pihak Mom Milk cabang Manahan Solo untuk ditingkatkan lebih lanjut.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mom Milk cabang Manahan. Dibuktikan dengan signifikansi t_{hitung} sebesar 3,225 dan t_{tabel} sebesar 1,985 yang berarti bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,002 yang berarti lebih kecil dari $(\alpha) = 0,05$, sehingga hipotesa pertama yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti kebenarannya.
- b. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mom Milk cabang Manahan. Telah dibuktikan dengan signifikansi t_{hitung} sebesar 3,280 dan t_{tabel} sebesar 1,985 yang berarti bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari $(\alpha) = 0,05$, sehingga hipotesa kedua yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti kebenarannya.
- c. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mom Milk cabang Manahan dan dibuktikan dengan signifikansi t_{hitung} sebesar 2,996 dan t_{tabel} sebesar 1,985 yang berarti bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,003 yang berarti lebih kecil dari $(\alpha) = 0,05$, sehingga hipotesa ketiga yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti kebenarannya.
- d. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mom Milk cabang Manahan. Telah terbukti dengan signifikansi t_{hitung} sebesar 3,436 dan t_{tabel} sebesar 1,985 yang berarti bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari $(\alpha) = 0,05$, sehingga hipotesa keempat yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti kebenarannya.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi signifikan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, untuk itu diharapkan pengelola Mom Milk cabang Manahan Solo dapat memperhatikan dan mempertahankan hal tersebut.

- b. Bagi peneliti berikutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mom Milk cabang Manahan, misal: Promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Chich, S.S. (2012) “*Empirical study pertaining to the effect of price on customer satisfaction with respect to Dominos and Pizza HUT*”, International Journal of Applied Services Marketing Perspectives, 1 (2), October-December.
- Djaslim Saladin. (2003), *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Linda Karya.
- Fandy Tjiptono. (2002) ,*Manajemen Jasa*, Penerbit ANDI YOGYAKARTA *Majalah Info Bisnis*, Edisi maret-Tahun keVI-2002
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Cetakan VI. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.
- Irawan, H. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, P dan K, L, Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawan Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Garry Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 12. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta: PT. Salemba Empat. McDonald’s.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Sasongko Felita, Dr. Subagio Hartono, S.E.,M.M. (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria*. Jurnal Pemasaran Manajemen Petra Vol. 1, No. 2, (2013) 1-7.
- Siregar. (2014). *Siregar. Syofian. (2014). Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset