



Pengaruh Lokasi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Sahabat Kabupaten Alor

Mesak Yamres Awang¹, Melvin Krisdiana Djami Rane², Simon Sia Niha³

¹ Fakultas Ekonomi Universitas Tribuana Kalabahi - NTT

² Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang – NTT

³ Fakultas Ekonomika dan Bisnis – Universitas Katolik Widya Mandira Kupang – NTT

Abstrak

Received: 02 Juni 2024
Revised: 12 Juni 2024
Accepted: 20 Juni 2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi, harga, dan kualitas layanan Terhadap kepuasan konsumen di toko sahabat Kabupaten Alor. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif. Teknik Analisa data menggunakan uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan Insidental Sampling, salah satu teknik penentuan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang di pilih menjadi anggota sampel. Dengan demikian maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 30 orang responden (sampel).

Hasil analisis data ini, diketahui variabel nilai item soal pada variabel lokasi, harga, kualitas layanan dan kepuasan konsumen lebih besar dari 0,3 sehingga lulus pada uji validitas. Selanjutnya variabel nilai item soal pada variabel lokasi, harga, kualitas layanan dan kepuasan konsumen lebih besar dari 0,6 sehingga lulus pada uji reliabilitas. Untuk hasil uji asumsi klasik, dilakukan uji normalitas dengan nilai signifikansi asymp (2tailed) lebih besar dari 0,05. Untuk hasil uji asumsi klasik, dilakukan uji hererokedastisitas dengan merujuk pada nilai variabel lokasi, harga, dan kualitas layanan terhadap nilai ABS variabel kepuasan konsumen nilai signifikansi uji t lebih besar dari 0,05. Untuk hasil uji asumsi klasik, dilakukan uji multikolinearitas dengan nilai tolerance variabel Lokasi, harga, dan kualitas layanan lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF variabel Lokasi, harga, dan kualitas layanan lebih kecil dari 10. Untuk hasil uji asumsi klasik, dilakukan uji linearitas dengan merujuk pada nilai variabel lokasi, harga, dan kualitas layanan terhadap nilai variabel kepuasan konsumen nilai signifikansi uji F pada deviation of linearity lebih besar dari 0,05. Selanjutnya hasil analisis data ini, diketahui variabel lokasi, harga dan kualitas layanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi uji t dan uji F lebih kecil dari nilai alfa 5% atau 0,05. Dengan demikian terbukti bahwa variabel lokasi, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Sahabat Kabupaten Alor.

Kata Kunci: Lokasi, harga, kualitas layanan, kepuasan konsumen

(*) Corresponding Author: mesak.awang@gmail.com

How to Cite: Awang, M., Rane, M., & Niha, S. (2024). Pengaruh Lokasi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Sahabat Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(12), 1049-1063. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13312395>

PENDAHULUAN

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologimaka dunia usaha pun mengalami perkembangan yang pesat. Perkembangan ekonomi dalam dunia usaha juga member gambaran tentang kesejatraan masyarakat yang semakin meningkat, kesejatraan yang meningkat ini akan meningkatkan pula daya belimasyarakat tetapi pada sisi lain perkembangan ini menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketat pada dunia usaha. Perusahaan yang pada mulanya memiliki pasar yang besar serta daerah pemasar yang luas, kini dituntut untuk bekerja lebih baik. Hal ini di lakukan untuk mengperoleh kepuasan konsumen, sehinga meraih keunguan pasar yang posisikan. kepuasan konsumen secara umum dapat diartikan sebagai kesetian seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu.

Semakin banyaknya bisnis eceran yang muncul maka persaingandalam bisnis semakin ketat, untuk dapat memenangkan persaingan agar tidakditinggalkan pelanggan, maka pelaku bisnis harus mampu bersaing. Salah satuhal yang dapat dilakukan pelaku bisnis adalah mempertahankan pasar merekamelalui program pengembangan kepuasan konsumen. Ini merupakan salah satustrategi perusahaan untuk mempertahankan bisnis dan profit perusahaan (Rully, 2015). Imbalan dari kepuasan konsumen sendiri bersifat jangka panjang dan kumulatif, jadi semakin lama seorang pelanggan kepuasan terhadap suatu produk/jasa, semakin besar laba yang diper oleh perusahaan dari seorang calon pelanggan (Griffin,2017). Sedangkan menurut Tjiptono (2015) kepuasan konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merk, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Melihat uraian tersebut, bisnis ritel seperti toko kelontong seharusnya memiliki rancangan strategi yang tepat dalam mencapai tujuan mempertahankan pelanggan dan membuat mereka setia. Memiliki pelanggan setia merupakan prestasi tersendiri bagi suatu bidang usaha. Mempertahankan kepuasan konsumen memerlukan upaya yang lebih dari menarik pelanggan baru. Dalam mempertahankan kepuasan konsumen di Toko sahabat kabupaten Alor, pemilik toko sahabat memberikan potongan harga kepada setiap pelanggan yang setia berbelanja dan mengantar barang belanjaan pelanggan sampai ke tempat tujuan.

Dengan persaingan yang semakin ketat,dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, bisnis harus diletakkan di lokasi yang tepat sertamenempatkan orientasi kepada harga dan kualitas pelayanan sebagai tujuan.Faktor lokasi/tempat merupakan faktor yang menentukan keberhasilansuatu bisnis. Menurut Raharjani (2015), strategi lokasi / tempat adalah salahsatu determinan yang paling penting dalam perilaku konsumen, perusahaan harusmemilih lokasi yang strategis dalam menempatkan tokonya di suatu kawasan/daerah yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat. Lokasi mempunyai peran penting dalam membangun kepuasan konsumen.

Selain faktor lokasi, harga merupakan faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran (Ferdinand, 2017). Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk/jasa dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi

pula. Persepsi harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk kembali melakukan pembelian suatu produk.

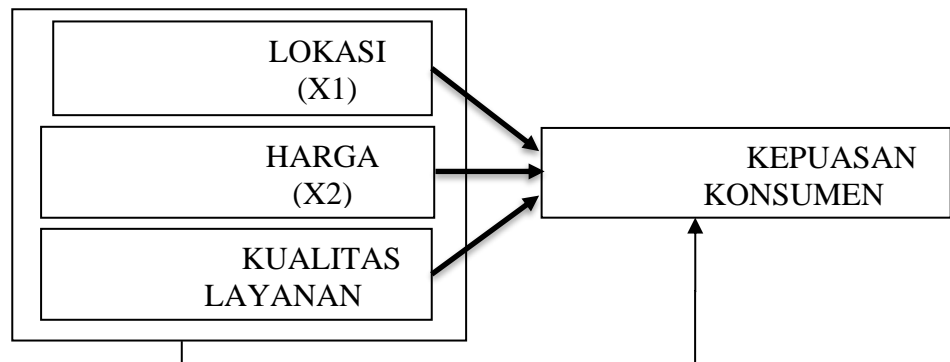
Kualitas layanan juga merupakan faktor penting dalam pemasaran. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Tjiptono (2015) dimana kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Sulistyono (2016) mengatakan bahwa unsur-unsur yang membentuk pelayanan yang berkualitas merupakan perpaduan dari kualitas manusia yang dicerminkan oleh perilaku atau sikap pribadi dalam berinteraksi dengan para pelanggan. Tetapi komponen dan unsur layanan sulit diinventorkan, jadi dapat dikatakan bahwa pelayanan adalah berkaitan dengan proses, dimana produk yang dinikmati oleh pelanggan berupa pengalaman. Masih senada, berdasarkan cara pelayanan tersebut disampaikan (kualitas fungsional).

Melihat uraian tersebut, pembisnis seperti toko Sahabat seharusnya memiliki rancangan strategi yang tepat dalam mencapai tujuan mempertahankan pelanggan dan membuat mereka setia. Dengan persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, bisnis ritel harus diletakkan di lokasi yang tepat serta menempatkan orientasi kepada harga dan kualitas pelayanan sebagai tujuan. Bisnis eceran baik secara tradisional maupun modern semakin banyak berdiri di berbagai tempat, baik di kota besar maupun di kota kecil, termasuk di area pasar inpres Lipa kota kalabahi, terdapat beberapa toko dan salah satunya adalah toko Sahabat. Peneliti memilih toko Sahabat sebagai objek penelitian dikarenakan menurut peneliti Toko Sahabat sebagai tempat berbelanja yang ingin memperbaiki diri untuk menjadi tempat belanja yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing yang lainnya di area pasar inpres Lipa dan sekitarnya. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen hendaknya juga dilakukan oleh Toko Sahabat, sebab dalam perkembangannya toko Sahabat ini mengalami permasalahan dengan fluktuasi yang cukup tajam pada jumlah pelanggan.

Berdasarkan uraian-uraian di atas maka, dilakukanlah penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Sahabat Kabupaten Alor.”

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif. Teknik Analisa data menggunakan uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan *Insidental Sampling*, salah satu teknik penentuan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang di pilih menjadi anggota sampel. Dengan demikian maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 30 orang responden (sampel). Berikut ini adalah gambar kerangka dasar penelitian.



Gambar 1. Kerangka Dasar Penelitian

Keterangan :

- : pengaruh parsial (menggunakan uji t)
- ⬆ : pengaruh simultan (menggunakan uji F)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Pendahuluan

Identitas Responden

Identitas responden diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 30 orang responden dalam hal ini konsumen pada toko sahabat. 30 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini dapat diperinci menurut umur, jenis kelamin, pekerjaan dan pendidikan terakhir. Keempat aspek ini mempunyai peran penting dalam kaitannya dengan persepsi konsumen tentang kualitas layanan pada Toko Sahabat Kabupaten Alor

1. Identitas Responden Berdasarkan Umur

Penyajian data responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1

Identitas Responden Berdasarkan Umur

o	Kategori Umur	Banyaknya Responden	Presentase (%)
	22-28	10	33,33
	29-35	12	40,00
	35 ke atas	8	26,67
	Jumlah	30	100,00

Sumber : Data Primer Penelitian

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 30 responden dengan umur 22-28 tahun sebanyak 10 orang dengan nilai 33,33%, dan umur 29-35 sebanyak 12 orang dengan nilai 40% dan yang paling rendah adalah umur lebih dari 35 tahun sebanyak 8 orang dengan nilai 26,67 %.

2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penyajian data responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 2.
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

o	Kategori Jenis Kelamin	Banyaknya Responden	Presentase (%)
	Laki-laki	3	10
	Perempuan	27	90
	Jumlah	30	100,00

Sumber : Data Primer penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 30 responden sebagian besar berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 27 orang dengan nilai presentase 90% dan yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 3 orang dengan nilai presentase 10%.

2. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data responden berdasarkan jenis pendidikan terakhir dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 3.
Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

o	Kategori Pendidikan Terakhir	Banyaknya Responden	Presentase (%)
	SMA	24	80
	D III	1	3,33
	S1	5	16,66
	Jumlah	30	100

Sumber : Data primer penelitian

Berdasarkan tabel ini diketahui bahwa, dari 30 responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA paling banyak yaitu 24 orang dengan presentase 80% sedangkan yang mempunyai pendidikan terakhir D III hanya berjumlah 1 orang dengan presentase 3,33% dan yang memiliki pendidikan terakhir S1 sebanyak 5 orang dengan presentase 16,66%.

3. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Penyajian data responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

o	Kategori jenis pekerjaan	Banyaknya responden	Presentase (%)
	Mahasiswa	8	26,67
	PNS	4	13,33
	Wiraswasta	4	13,33
	Ibu rumah tangga	14	46,67
	Jumlah	30	100,00

Sumber : Data primer penelitian

Berdasarkan tabel ini dapat diketahui bahwa dari 30 responden memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta yaitu 4 orang dengan nilai presentase 13,33% dan ;8 orang mahasiswa dengan presentase 26,67 % sedangkan PNS berjumlah 4 orang dengan nilai presentase 13,33 % dan juga yang bekerja sebagai Ibu rumah tangga berjumlah 14 orang dengan nilai presentasi 46,67%

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa valid suatu item pertanyaan/pernyataan. Suatu item pertanyaan/pernyataan dikatakan valid jika r hitung $\geq r$ tabel pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,30$. Sebaliknya suatu item pertanyaan/pernyataan dikatakan tidak valid jika r hitung $< r$ tabel pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,30$. Untuk mengetahui tingkat validitas dari setiap pernyataan dalam kuesioner, digunakan rumus korelasi product moment dimana perhitungannya menggunakan SPSS 22.00 for windows.

1. Hasil Uji Validitas Variabel lokasi (X1)

Hasil uji validitas variabel lokasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.

Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X1)

<i>Pertanyaan</i>	<i>PearsonCorrelation</i>	<i>Rtabel</i>	<i>Keterangan</i>
P1	0,747	0,3	Valid
P2	0,586	0,3	Valid
P3	0,796	0,3	Valid
P4	0,782	0,3	Valid
P5	0,892	0,3	Valid
P6	0,881	0,3	Valid
P7	0,791	0,3	Valid

Sumber : Data Primer Penelitian

Berdasarkan hasil uji validitas variabel lokasi seperti terlihat dalam tabel ini diketahui nilai r hitung (*Pearson Correlation*) untuk semua item pertanyaan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian maka seluruh item pertanyaan pada koesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh variabel lokasi bagi kepuasan konsumen di Toko Sahabat Kabupaten Alor.

2. Hasil Uji Validitas Variabel harga (X2)

Hasil uji validitas variabel harga dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6.

Hasil Uji Validitas Variabel harga (X2)

<i>Pertanyaan</i>	<i>PearsonCorrelation</i>	<i>Rtable</i>	<i>Keterangan</i>
P1	0,603	0,3	Valid
P2	0,660	0,3	Valid
P3	0,378	0,3	Valid
P4	0,647	0,3	Valid
P5	0,790	0,3	Valid
P6	0,740	0,3	Valid
P7	0,605	0,3	Valid

Sumber : Data Primer Penelitian

Berdasarkan hasil uji validitas variabel harga seperti terlihat dalam tabel ini diketahui nilai r hitung (*Pearson Correlation*) untuk semua item pertanyaan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian maka seluruh item pertanyaan pada koefisien mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh variabel harga bagi kepuasan konsumen di Toko Sahabat Kabupaten Alor

3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X_3)

Hasil uji validitas variabel Kualitas Layanan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7.

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X_3)

<i>Pertanyaan</i>	<i>PearsonCorrelation</i>	<i>Rtabel</i>	<i>Keterangan</i>
P1	0, 671	0,3	Valid
P2	0, 822	0,3	Valid
P3	0, 871	0,3	Valid
P4	0, 860	0,3	Valid
P5	0, 878	0,3	Valid
P6	0, 821	0,3	Valid
P7	0, 749	0,3	Valid

Sumber : Data Primer Penelitian

Berdasarkan hasil uji validitas variabel kualitas layanan seperti terlihat dalam tabel ini diketahui nilai r hitung (*Pearson Correlation*) untuk semua item pertanyaan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian maka seluruh item pertanyaan pada koefisien mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh variabel kualitas layanan bagi kepuasan konsumen di Toko Sahabat Kabupaten Alor.

4. Hasil Uji Validitas Variabel kepuasan konsumen (Y)

Hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen dapat di lihat pada tabel berikut.

Tabel 8.

Hasil Uji Validitas Variabel kepuasan konsumen (Y)

<i>Pertanyaan</i>	<i>PearsonCorrelation</i>	<i>Rtabel</i>	<i>Keterangan</i>
P1	0, 714	0,3	Valid
P2	0, 651	0,3	Valid
P3	0, 790	0,3	Valid
P4	0, 868	0,3	Valid
P5	0, 683	0,3	Valid
P6	0, 738	0,3	Valid
P7	0, 687	0,3	Valid

Sumber : Data Primer Penelitian

Berdasarkan hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen Seperti terlihat dalam tabel ini diketahui nilai r hitung (*Pearson Correlation*) untuk semua item pertanyaan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian maka seluruh item pertanyaan pada koefisien mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh variabel kepuasan konsumen di Toko Sahabat Kabupaten Alor.

1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui reliabelnya suatu variabel. Suatu variabel dikatakan reliabel jika reliabelnya \geq dari 0,60. Sebaliknya jika nilai reliabelnya $<$ dari 0,60 maka variabel tersebut tidak reliabel. Untuk mengetahui tingkat reliabilitas dari kuesioner, digunakan teknik perhitungan *cronbach's alpha*, dimana perhitungannya menggunakan SPSS 24.00 *for windows*.

Tabel 9.
Rangkuman Hasil Uji Reabilititas

Variabel	Cronbach Alpha	Syarat	Keterangan
Lokasi (X1)	0,894	0,6	Reliebel
Harga (X2)	0,679	0,6	Reliebel
Kualitas Layanan (X3)	0,914	0,6	Reliebel
Kepuasan konsumen(Y)	0,853	0,6	Reliebel

Sumber : Data Primer Penelitian

Berdasarkan tabel tersebut di atas diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih besar dari 0,6 maka dengan demikian hasil yang didapat dalam perhitungan ini yaitu semua variabel memiliki nilai reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Tujuan dilakukan uji asumsi klasik adalah untuk mendapatkan model regresi tidak biasa sesuai dengan kaidah uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastsitas, dan uji linearitas.

1. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi, variabel independen dan variabel dependen terdistribusi dengan normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *one sample Kolmogorov Smirnov*, dengan indikatornya bila nilai *asympt. sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan data terdistribusi normal.

Tabel 10
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,80023693
Most Extreme Differences	Absolut	,126
	Positive	,073
	Negative	-,126
Test Statistic		,126
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber :Data Primer Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian kolmogorov smirnov test pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini memiliki signifikan $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk melihat sama atau tidaknya variasi residual dari satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Bila variasi tidak *residual* tidak sama dari satu pengamatan yang lain, maka dapat dikatakan penelitian terjadi *heterokedastisitas*. Data yang baik tidak mengalami *heterokedastisitas*. Penelitian untuk menguji *heterokedastisitas* tersebut dengan melihat nilai signifikan pada uji *glejser*. Bila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 pada setiap variabel independen, maka dapat dikatakan data ini tidak terjadi gejala *heterokedastisitas*.

Tabel 11.
Hasil Uji HeteroKedastisitas

Mode	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,814	3,159		,258	799
X1	,043	,062	,146	693	495
X2	,015	,075	,047	197	846
X3	,006	,069	-,020	,081	936

Sumber : Data Primer Penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat dari hasil *uji heterokedastisitas* menggunakan uji *glejser* diketahui bahwa nilai signifikan pada variabel lokasi ($0,495 \geq 0,05$), diketahui bahwa nilai signifikan pada variabel harga ($0,846 \geq 0,05$) dan diketahui bahwa nilai signifikan pada variabel pelayanan ($0,936 \geq 0,05$) yang artinya data ini tidak terjadi masalah *heterokedastisitas*.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada tidaknya *korelasi* yang kuat antar variabel dependen dengan variabel independen. Penelitian yang baik apabila tidak terjadi *multikolinearitas*. Dilihat dari nilai *multikolinearitas* dari nilai *tolerance* atau nilai VIF. Penelitian dianggap tidak terjadi *multikolinearitas* apabila nilai VIF kurang dari 1

Tabel 12.
Hasil Uji Multikolineritas

Mode	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

(Constant)	5,050	4,747		1,064	,298		
X1	,089	,093	-,097	,961	,347	,958	1,044
X2	,585	,113	,593	,153	,000	,741	1,349
X3	,348	,104	,391	,336	,003	,714	1,400

Sumber : Data Primer Penelitian

Berdasarkan tabel ini dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi dengan nilai tolerance sebesar $0,958 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,044 < 10$, nilai tolerance variabel harga sebesar $0,741 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,349 < 10$, dan nilai tolerance variabel kualitas layanan sebesar $0,714 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,400 < 10$. Nilai nilai ini menyimpulkan bahwa variabel bebas pada penelitian ini tidak terjadi gejala *multikolinieritas* karena nilai tolerance $\geq 0,1$ dan nilai VIF ≤ 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan.

Tabel 13

Hasil Uji Linearitas

o	Variabel	Deviation from Linearity	
		F	Sig.
	Lokasi	2,019	0,095
	Harga	1,779	0,139
	Kualitas pelayanan	1,841	0,125

Sumber : Data Primer Penelitian

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji F dari *deviation from linearity* adalah lebih besar dari nilai alfa 5% atau 0,05 artinya variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

Analisis Lanjutan

Analisis lanjutan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang kemudian dilanjutkan dengan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu variabel lokasi, harga dan kualitas layanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen di Toko Sahabat Kabupaten Alor.

Tabel 14.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,423	6,328		,067	,947
Lokasi	,376	,134	,408	,800	,010
Harga	,354	,167	,318	,128	,013
Kualitas Layanan	,267	,124	,323	,160	,030

Sumber : Data Primer Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data seperti terlihat pada tabel di atas diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,423 + 0,376X_1 + 0,354X_2 + 0,267X_3$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut diatas maka dapat di jelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 0,423 mengandung arti bahwa jika semua variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yakni lokasi, harga, dan kualitas layanan bernilai konstan atau nol (0) maka nilai variabel kepuasan konsumen sudah ada sebesar 0,423 atau sebesar 42,3 %.
2. Nilai koefisien regresi variabel lokasi (X1) sebesar 0,376 nilai ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel lokasi sebesar satu kali maka akan mengakibatkan variabel kepuasan konsumen mengalami peningkatan sebesar 0,376 atau sebesar 37,6%.
3. Nilai koefisien regresi variabel harga (X2) sebesar 0,354 nilai ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel harga sebesar satu kali maka akan mengakibatkan variabel kepuasan konsumen mengalami peningkatan sebesar 0,354 atau sebesar 35,4%.
4. Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan (X3) sebesar 0,267 nilai ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel kualitas layanan sebesar satu kali maka akan mengakibatkan variabel kepuasan konsumen mengalami peningkatan sebesar 0,267 atau sebesar 26,7%

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk menguji pengaruh variabel bebas yakni lokasi, harga, dan kualitas layanan terhadap variabel terikat yakni kepuasan konsumen di toko sahabat.

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t atau uji parsial dan uji F atau uji simultan.

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau uji parsial dimaksudkan untuk menguji hipotesis pertama, kedua, dan ketiga yakni untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi uji t (sig) dengan nilai alfa dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi uji t kurang dari atau sama dengan nilai alfa, maka menerima hipotesis H_a dan menolak H_0 .
2. Jika nilai signifikansi uji t lebih besar dari nilai alfa, maka menolak H_a dan menerima H_0 .

Tabel 15.
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		Std. Error	Beta		
(Constant)	423	6,328		,067	,947
Lokasi	376	,134	,408	2,800	,010
Harga	354	,167	,318	2,128	,013
Kualitas Layanan	267	,124	,323	2,160	,030

Sumber : Data Primer Penelitian

Variabel Lokasi (X_1)

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel diatas, diketahui variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap lokasi dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata 5% dimana memiliki nilai probabilitas $0,010 < 0,05$. Dengan demikian maka hipotesis 1 menyatakan bahwa variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Sahabat Kabupaten Alor.

Variabel Harga (X_2)

Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap harga dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata 5% dimana memiliki nilai probabilitas $0,013 < 0,05$. Dengan demikian maka hipotesis 2 menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Sahabat Kabupaten Alor.

Variabel Kualitas Layanan (X_3)

Variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata 5% dimana memiliki nilai probabilitas $0,030 < 0,05$. Dengan demikian maka hipotesis 3 menyatakan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Sahabat Kabupaten Alor.

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk menguji keseluruhan variabel independen yaitu: lokasi, harga dan kualitas layanan terhadap satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

1. Jika nilai sig uji $F \leq$ dari 0,5 maka terdapat pengaruh signifikan variabel lokasi, harga dan kualitas layanan secara simultan terhadap variabel kepuasan konsumen .

2. Jika nilai sig uji F > dari 0,5 maka tidak terdapat pengaruh signifikan variabel lokasi, harga dan kualitas layanan secara simultan terhadap variabel kepuasan konsumen

Tabel 16
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	f	Mean Square		ig.
Regr ession	185,968		61,989	,088	001 ^b
Resi dual	227,398	6	8,746		
Tota l	413,367	9			

Sumber : Data Primer Penelitian

Sesuai tabel di atas diketahui bahwa variabel lokasi (X1), harga (X2) dan kualitas layanan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) adalah yang di tunjukkan dengan nilai signifikansi uji F sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menerima H4 yang menyatakan bahwa secara bersama-sama variabel lokasi, harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen di Toko Sahabat kabupaten Alor.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata 5% dimana memiliki nilai probabilitas $0,010 < 0,05$, hal ini berarti bahwa variabel lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Toko Sahabat Kabupaten Alor.
2. Secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata 5% dimana memiliki nilai probabilitas $0,013 < 0,05$, hal ini berarti bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Toko Sahabat Kabupaten Alor.
3. Secara parsial Variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kualitas layanan dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata 5% dimana memiliki nilai probabilitas $0,030 < 0,05$, hal ini berarti bahwa variabel kualitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Toko Sahabat Kabupaten Alor.
4. Secara simultan lokasi, harga berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen dengan uji statistik melalui uji F dengan taraf nyata 5% dimana memiliki nilai probabilitas adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa lokasi, harga berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen di Toko Sahabat Kabupaten Alor.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, D., Setiaji, B., Primadewi, K., Habibah, U., Lounggina, T., Peny, L., ... & Dharta, F. Y. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Awang, M. Y., Peny, T. L. L., Maruli, E., & Anigomang, F. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi di Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 767-778.
- Dollu, A., Maruli, E., Awang, M., & Anigomang, F. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 1086-1099.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10444371>
- Duka, M., Maruli, E., Awang, M., & Anigomang, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kevin Salon Kalabahi Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Kevin Salon Kalabahi Kabupaten Alor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 1005-1019.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10461483>
- Famaney, L., Awang, M., Anigomang, F., & Maruli, E. (2023). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Roxy Market Dan Victory Market Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 987-1004. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10461236>
- Fanmakani, E., Awang, M., Anigomang, F., & Maruli, E. (2023). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Home Saty Tamala Di Kelurahan Kalabahi Timur Kecamatan Teluk Mutiara Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Kantor Home Stay Tamala Di Kelurahan Kalabahi Timur Kecamatan Teluk Mutiara). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 925-941.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10460889>
- Firdaus, F., Yufrinalis, M., Fil, S., Putri, R., Supriyanto, S. A. B., Peny, T. L., ... & Ardi Afrizal, S. E. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Gorang, A. F., Hermayanti, H., Peny, T. L. L., & Awang, M. Y. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kecamatan Kabola Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(21), 673-686.
- Hermayanti, H., Peny, T. L. L., Gorang, A. F., & Awang, M. Y. (2022). Pengaruh Karakteristik Individu, Disiplin Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Etos Kerja Pegawai Pada Badan Pusat Statistik di Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 755-766.
- Lasitang, T., Anigomang, F., Maruli, E., & Awang, M. (2023). Analisis strategi wisata alam curug lewi hejo menggunakan media sosial, menjadi "Analsis biblio matrik Wisata Alam di 2023". *Jurnal Ilmiah Wahana*

- Pendidikan*, 9(22), 1010-1025.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10213656>
- Lau, O., Maruli, E., Awang, M., & Anigomang, F. (2023). ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR DI DEALER HONDA PT. MPM MOTOR DI KOTA KALABAHI KABUPATEN ALOR. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 983-1000. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10247185>
- Lauhade, M., Anigomang, F., Maruli, E., & Awang, M. (2023). ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO SUKA-SUKA KALABAHI KABUPATEN ALOR. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 936-955. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10223400>
- Maukari, L., Anigomang, F., Maruli, E., & Awang, M. (2023). Analisis Pengaruh Promosi Daya Tarik Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pengunjung Di Tempat Wisata Tradisional Takpala Desa Lembur Barat Kecamatan Alor Tenga Utara Kabupaten Alor Tahun 2022-2023. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 1020-1034. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10461594>
- Moikalong, E., Awang, M., Anigomang, F., & Maruli, E. (2023). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Lego-Lego Kalabahi Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Koperasi Simpan Pinjam Lego-Lego Kalabahi Kabupaten Alor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 1001-1017. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10440830>
- Rachmad, Y. E., Asmara, M. A., Purwanto, H., Thamrin, J. R., Violin, V., Awang, M. Y., ... & Wibowo, S. E. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital Terkini (Perubahan Era Manajemen Pemasaran Kearah Digitalisasi)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rachmad, Y. E., Asmara, M. A., Purwanto, H., Thamrin, J. R., Violin, V., Awang, M. Y., ... & Wibowo, S. E. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital Terkini (Perubahan Era Manajemen Pemasaran Kearah Digitalisasi)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Tuati, I., Maruli, E., Awang, M., & Anigomang, F. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 971-986. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10461105>