

## ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO MEBEL JATI INDAH NGANJUK

Laili Shoimah<sup>1</sup>, Samari<sup>2</sup>, Sigit Ratnanto<sup>3</sup>

<sup>1),2),3)</sup> Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur  
[nganjuklaily@gmail.com](mailto:nganjuklaily@gmail.com)

### Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 23/06/2022

Tanggal Revisi : 10/07/2022

Tanggal Diterima : 16/07/2022

### Abstract

*This research has purpose to know the level of customers satisfaction by analyzing the factors that effect the level of customers satisfaction which are the Products Quality, Price, Location, and promotion Toko Mabel Jati Indah Nganjuk. The method of the research is causality which is the relation of cause and effect. The kinds of the research is causality which is use ini this research is 40 respondences. by using the technique purposive sampling. the technique for collecting the data is using the using questionnaire and then analyzed by using software SPSS Windows Versian 23. The result of the research shows significantly the Products Quality, Price, Location, and Location, and Promotion can cause effect customers satisfaction in Mebel Jati Indah Nganjuk. Meanwhile, simultaneously or together the factors of product quality, price, location on consumer satisfaction with a calculated F value = 63,939 and F table with an F value (3: 36) which is worth = 2.87.*

**Keywords: Product Quality, Price, Location, Consumer Satisfaction**

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dengan menganalisis faktor variabel yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen diantaranya kualitas produk, dan promosi. di Toko Mebel Jati Indah Nganjuk. Metode Penelitian yang digunakan penelitian ini adalah menggunakan metode kausalitas yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, sampel yang digunakan yaitu purposive sampel berjumlah 40 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan software SPSS for windows versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara signifikan faktor kualitas produk, harga, lokasi dan mempengaruhi kepuasan konsumen di toko mabel jati indah nganjuk. Sedangkan secara simultan atau bersama-sama faktor kualitas produk, harga, lokasi terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F hitung = 63.939 dan  $\geq$  F tabel dengan nilai F (3: 36) yaitu senilai =2,87.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Kepuasan Konsumen**

### PENDAHULUAN

Di Indonesia meski dalam masa pandemi industri furniture tetap mengalami perkembangan yang cukup baik. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikutip dari berita elektronik yang pernah diterbitkan oleh AnantaraNews.com, menurut Abdul Sobur Ketua Presidium Himpunan Industri Mebel dan Kerajinan Indonesia (HIMKI). "Di tengah situasi pandemi COVID-19 industri mebel dan kerajinan nasional masih menunjukkan pertumbuhan yang cukup baik. Bahkan dalam bulan pertama tahun 2021 permintaan ekspor mengalami lonjakan, terutama dari Amerika Serikat. Hal ini menunjukkan bahwa di tengah wabah covid-19 usaha industri furnitur serta kerajinan nasional justru menunjukkan perkembangan yang cukup baik yang dan menunjukkan pengaruh yang positif di lihat dari meningkatkan permintaan dipasar ekspor.

Toko mebel Jati Indah Nganjuk merupakan salah satu toko yang memproduksi dan menjual produknya sendiri. Toko ini bertempat di Kecamatan Ngronggot Ds. Dingin Kabupaten Nganjuk. Toko ini merupakan salah satu toko mebel yang cukup besar akan tetapi ada begitu banyak pesaingnya. Untuk dapat bersaing dengan toko mebel yang lain maka toko Mabel Indah Jati Nganjuk haruslah selalu memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi di antaranya yaitu kualitas produk

Kotler dan Keller mendefinisikan kualitas produk sebagai suatu ciri serta dari sebuah produk atau jasa dari produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk dapat memuaskan kebutuhan yang diharapkan pelanggan [1]. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lusia dengan judul “pengaruh yang dilakukan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen meubel lucia baru furniture bandar lampung” yang hasilnya menunjukkan terhadap pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen [2].

Kemudian harga juga adalah salah satu elemen lain yang dapat meningkatkan kepada pembeli terhadap suatu produk atau jasa dengan sejumlah nilai tertentu atas manfaat dari barang atau jasa yang akan dibeli tingkat kepuasan konsumen. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Pada penelitian yang dilakukan Wildan dan Oktinian dengan judul “pengaruh harga terhadap kepuasan pembelian konsumen (survei konsumen pada toko mebel sinar Mutiara Bandung)”, pada penelitiannya menunjukkan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen [3].

Kemudian lokasi, keputusan memilih suatu lokasi juga mencerminkan komitmen jangka panjang perusahaan dalam hal keuangan, karena merubah lokasi yang buruk kadangkala sulit dilakukan dan sangat mahal. Pada penelitian yang dilakukan Riyanti dalam judul “pengaruh pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Martabak Kirana di Kabupaten Sleman (studi pada UKM Martabak Kirana)”, hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa lokasi mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam membeli martabak di warung martabak Kirana [4].

Berdasarkan dari latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berkaitan dengan kepuasan konsumen. Sehingga peneliti ingin melakukan suatu penelitian dengan judul “Analisis Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Mebel Jati Indah Nganjuk”.

## METODE

Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif analisis data dilakukan secara statistik instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Teknik penelitian yang digunakan yaitu menggunakan teknik kausalitas yang bersifat sebab akibat. Data diperoleh dari toko mebel Jati Indah Nganjuk berupa tanya jawab atau wawancara, catatan lapangan serta dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, dan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang pernah melakukan pembelian di toko mebel Jati Indah Nganjuk yang kemudian disusun dan dianalisis. *teknik purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan *software SPSS for windows versi 23*. Selanjutnya membuat suatu kesimpulan yang mudah dipahami oleh sendiri maupun orang lain. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai Mei 2022.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

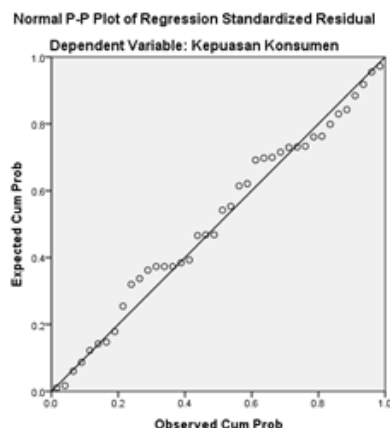
### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Berikut merupakan hasil uji normalitas dengan analisis grafik *normal probability plot* yang berdasarkan pada pengambilan keputusan. Menurut Ghozali, dasar pengambilan keputusan sebagai berikut [5]:

1. Apabila data menyebar pada garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal, maka asumsi normalitas pada produk regresi tersebut terpenuhi.
2. Apabila data menyebar jauh dari garis diagonal serta tidak mengelilingi arah diagonal maka dapat diasumsikan produk tidak memenuhi asumsi normalitas.

Hasil uji normalitas dengan analisis grafik *normal probability plot* dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini:



**Gambar 1. Histogram Uji Normalitas**  
Sumber: *Output SPSS 23, 2022*

Dari hasil uji normalitas dengan menggunakan SPSS di atas dapat dilihat bahwa data menyebar pada garis diagonal serta dan mengikuti garis diagonal sehingga dapat disimpulkan produk regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

#### Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali, model regresi sebaiknya menunjukkan tidak menunjukkan adanya kolerasi antar variabel bebas kolerasi diantara variabel bebas. Adapun kriteria multikolinearitas terjadi apabila [5]:

1. Nilai VIF hitung < 10,0
2. Nilai Toleransi > 0,10

Maka bebas multikolinearitas. Uji multikolinearitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Coefficients	
	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Produk	.258	3.876
Harga	.250	4.006
Lokasi	.165	6.047

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: *Output SPSS 23, 2022*

Dari hasil *output* SPSS diatas menunjukkan dari ketiga variabel bebas yaitu kualitas produk, Harga seta Lokasi menunjukkan nilai VIF hitung < 10,0 dan nilai *tolerance* dari ke tiga variabel tersebut senilai > 0,10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi kolerasi antar variabel bebas artinya asumsi multikolinearitas terpenuhi.

#### Uji Autokorelasi

Model regresi yang baik yaitu regresi yang terbatas dari autokolerasi. Menurut Ghozali, uji autokolerasi dilakukan melalui pengujian terhadap nilai Uji *Durbin Watson* (uji DW) [5]. Hasil uji autokolerasi dengan menggunakan Uji Durbin Watson (Dw test) dengan taraf signifikan 0,05 atau 5% dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.918 <sup>a</sup>	.842	.829	.922	1.871

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Produk, Harga

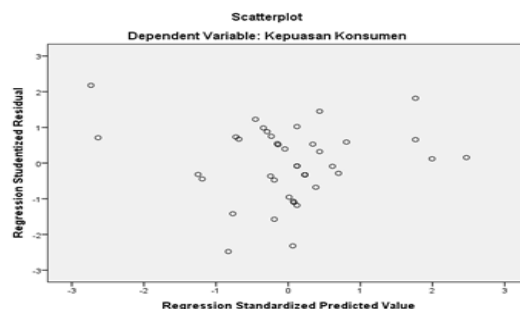
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: *Output* SPSS 23.2022

Dari tabel output diatas dapat dilihat dari *Durbin Watson* (DW) senilai 1,871, sedangkan nilai DW tabelnya untuk tingkat  $\alpha=5\%$  dengan  $n=40$  dan  $k=3$  diperoleh nilai  $d_U$  (batas atas) =1,6589,  $d_L$  (batas bawah) = 1,3384 sehingga  $4-D_u=4-1,6589=2,3411$ . Adapun kriteria jika nilai  $DW \leq d_U \leq 4-D_u$  atau  $1,6589 \leq 1,871 \leq 2,3411$ . maka dapat disimpulkan dari nilai (DW) tersebut terletak antara  $d_U$  s/d  $4-D_u$  jadi asumsi autokolerasi telah terpenuhi.

### Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, model regresi dikatakan baik yaitu yang *homokedastisitas* atau tidak terjadi heteroskedastisitas [5]. Adapun cara mendeteksinya yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang sudah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah *dstandardized*. Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik *Scatterplot*

Sumber: *Output* SPSS 23, 2022

Berdasarkan dari gambar *output* SPSS dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y serta di titik-titik tersebut tidak membentuk pola tertentu. Dari kriteria yang sudah terpenuhi tersebut maka model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah alat yang digunakan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh beberapa variabel bebas terhadap sebuah variabel bebas terhadap sebuah variabel terikat, adapun uji regresi linier berganda pada penelitian ini yaitu untuk melihat pengaruh variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Adapun hasil *output* uji analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	3.502	1.498
	Kualitas Produk	.225	.108
	Harga	.331	.118
	Lokasi	.310	.154

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: *Output SPSS 23, 2022*

Dari tabel di atas dapat dilihat pengaruh ke tiga variabel bebas terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan persamaan berikut ini:

$$Y = a + b_1X + b_2X + b_3X$$

$$Y = 3,502 + 0,225X + 0,331X + 0,310X$$

Adapun hasil persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konstanta  $a = 3,502$ , artinya jika variabel Kualitas Produk, Harga, serta Lokasi diasumsikan tidak berpengaruh sama sekali ( $=0$ ) jadi nilai kepuasan konsumen sebesar 3,502.
2. Kualitas Produk mempunyai nilai koefisien sebesar 0,225. yang menunjukkan adanya peningkatan satu satuan pada kualitas produk maka kepuasan juga akan meningkat sebesar 0,225 tetapi jika diasumsikan variabel bebas yang lain nilainya tetap.
3. Harga mempunyai nilai koefisien sebesar 0,331. yang menunjukkan adanya peningkatan satu satuan pada Harga maka kepuasan juga akan meningkat sebesar 0,331 tetapi jika diasumsikan variabel bebas yang lain diasumsikan tetap.
4. Lokasi mempunyai nilai koefisien sebesar 0,310. yang menunjukkan adanya peningkatan satu satuan pada Lokasi maka kepuasan juga akan meningkat sebesar 0,310 tetapi jika diasumsikan variabel bebas yang lain nilainya tetap.
5. Dari hasil Uji Regresi linier bergadang ini bisa dilihat bahwa dari semua variabel, variabel yang memiliki pengaruh paling besar atau variabel yang paling mendominasi pada penelitian ini yaitu variabel Harga. hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien menunjukkan nilai yang paling besar dari variabel bebas lainnya, nilai koefisien yaitu sebesar 0,331.

#### Uji Koefisien Determinasi (R)

Koefisien determinasi (R) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel dependen, nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Uji ini untuk mengetahui besarnya vasilitas dari kepuasan konsumen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan lokasi (X3).

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.918 <sup>a</sup>	.842	.829	.922	1.871	

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: *Output SPSS 23, 2022*

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R*) yang diperoleh sebesar 0,842. Hal ini menunjukkan bahwa 82,9% kualitas produk, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan sisanya 17,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

### Uji Hipotesis

#### Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Hipotesis akan diuji dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  dan t tabel pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5% atau 0,05) dan derajat bebas ( $df = n - k = 40 - 4 = 36$ , dimana n adalah banyaknya observasi/sampel dan k adalah banyaknya variabel (bebas dan terikat). Sehingga diperoleh tabel sebesar 2,028. Perhitungan Uji t dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>			
Collinearity Statistics			
t	Sig.	Tolerance	VIF
2.337	.025		
2.080	.045	.258	3.876
2.816	.008	.250	4.006
2.012	.052	.165	6.047

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS 23, 2022

#### 1. Variabel Kualitas Produk

Uji t pada variabel kualitas produk menunjukkan nilai t hitung yaitu sebesar 2.080 serta nilai signifikan sebesar 0.045. Jika t hitung  $\geq$  t tabel yang nilainya 2,028, dan  $0,017 \leq 0,05$ , maka diketahui bahwa variabel kualitas produk berpengaruh kuat terhadap konsumen.

#### 2. Variabel Harga

Hasil uji t pada variabel harga menghasilkan kepuasan nilai t hitung yaitu sebesar 2.816 serta nilai signifikan sebesar 0.008. t hitung yang nilainya 2,028, dan  $0,008 \leq 0,05$ , maka diketahui bahwa variabel harga berpengaruh kuat terhadap kepuasan konsumen.

#### 3. Variabel Lokasi

Hasil uji t pada variabel lokasi menghasilkan t hitung sebesar 2.012 dan signifikan sebesar 0.052. t hitung  $\geq$  t tabel yang nilainya 2,028, dan  $0,052 \leq 0,05$ , maka diketahui bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### Uji F (Simultan)

Uji F digunakan guna menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Hipotesis akan diuji dengan menggunakan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  dan t tabel pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5% atau 0,05). Adapun hasil uji F (simultan) adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	163.155	3	54.385	63.939	.000 <sup>b</sup>
	Residual	30.620	36	.851		
	Total	193.775	39			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Produk, Harga

Sumber: Output SPSS 23, 2022

Dari hasil uji F diatas dapat dilihat nilai F hitung = 63.939 dan  $\geq$  F tabel dengan nilai F (3: 36) yaitu senilai =2,87. Hal ini menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang variabel kualitas produk (X1), harga (X2), serta lokasi (X3) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh kuat terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

### Pembahasan

#### 1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil uji t yang telah dilakukan terdapat adanya pengaruh yang kuat antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Toko Mebel Jati Indah hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung > lebih besar dari nilai t tabel serta nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Ditunjukkan dengan nilai t hitung > t tabel dan signifikan < 0.05. Hasil koefisien regresi produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Toko Mebel Jati Indah, artinya jika kualitas produk naik maka akan menaikkan kepuasan konsumen. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memeragakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya [6]. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas. Jika hal tersebut dapat dipenuhi oleh perusahaan, maka perusahaan dapat memuaskan para konsumennya serta dapat menambah jumlah konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang digunakan oleh Afrina dan Hastuti dengan judul "pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan" dengan hasil yang menunjukkan bahwa besaran r kuadrat menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen [7].

#### 2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t diketahui ada pengaruh signifikan kualitas Harga terhadap kepuasan konsumen Toko Mebel Jati Indah Nganjuk ditunjukkan dengan nilai t hitung > dan signifikan < 0.05. hasil koefisien regresi variabel kualitas harga bernilai positif menunjukkan bahwa kualitas harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Toko Mebel Jati Indah. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, ata jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga produk dapat memberikan pengaruh positif maupun negatif terhadap pelanggan.

Hasil tersebut juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Saradiza dan Sitohang, dengan judul "pengaruh harga, promosi, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan", hasil penelitiannya menyatakan hasil harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen [8].

#### 3. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil dari uji t diketahui ada pengaruh yang signifikan lokasi terhadap kepuasan konsumen Toko Mebel Jati Indah Kecamatan Nganjuk ditunjukkan dengan nilai t hitung > t tabel dan signifikan < 0.05. Hasil koefisien regresi variabel lokasi bernilai positif menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Toko Mebel Jati Indah Nganjuk. Menurut Tjiptono menyatakan bahwa "lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen" [9]. Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan di

masa depan. Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh baik itu dalam usaha perdagangan eceran ataupun lainnya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Desrianto & Afridola “pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Coffee Town Bakery di Kota Batam” [10].

#### 4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil uji F yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara bersama-sama atau simultan ke tiga variabel bebas pada penelitian ini berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji f dengan nilai f hitung yaitu senilai 63,939 lebih besar dari nilai f tabel yaitu senilai 2,87 yang artinya variabel bebas yaitu kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh kuat terhadap variabel kepuasan konsumen pada toko mebel jati indah nganjuk. Kepuasan konsumen menurut Kivetz dan simoson dalam Sopiah dan Sangadji, “kepuasan konsumen suatu hubungan yang terjalin harmonis antara perodusen dan konsumen, sehinggann tercipta dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya layolitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan” [11]. Sedangkan menurut Tjiptono, definisi kepuasan konsumen yaitu “tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persiapkan dibandingkan dengan harapannya” [9].

Perpaduan antara kualitas produk, harga, dan lokasi juga memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan kemampuan kualitas produk, harga, dan lokasi dalam menerangkan kepuasan konsumen sebesar 82,9% sisanya 17,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

## KESIMPULAN

Pada peneliti akan memaparkan kesimpulan berdsarkan hasil analisis yang telah dilakukan. Kesimpulan tersebut menjawab dari rumusan masalah yang telah dirumuskan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut: kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen di Toko Mabel Jati Indah Nganjuk, harga secara signifikan terhadap variabel kepuasan Konsumen di Toko Mabel Jati Indah Nganjuk dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen di Toko Mabel Jati Indah Nganjuk secara simultan atau bersama-sama variabel kualitas produk, harga, serta lokasi berpengaruh terhadap variabel kepuasan pada Toko Mebel Jati Indah Nganjuk. Secara simultan memiliki signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Toko Mebel Jati Indah Kecamatan Ngronggot.

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Kotler, P. & Keller KL. Manajemen Pemasaran Jilid I. 12th ed. Jakarta: Erlangga; 2012.
- [2] Lusia A. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Meubel Lucia Baru Furniture Bandar Lampung JURNAL Ditulis oleh : Nama Nomor Mahasiswa Jurusan : Atik Lusia : Manajemen Bidang Konsentrasi : Pemasaran UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FA 2016.
- [3] Wildan M, Oktini DR. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen ( Survei Konsumen pada Toko Mebel Sinar Mutiara Bandung ) 2018:226–30.
- [4] Riyanti. Pengaruh Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Kirana di Kabupaten Sleman. Ekon Dan Bisnis 2015;5:1–16.
- [5] Ghozali I. Aplikasi Analisis Multivariate. 9th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro; 2018.
- [6] Rotinsulu J, Lumintang G. Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado. J EMBA 2015;3:1291–302.
- [7] Afnina A, Hastuti Y. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. J Samudra Ekon Dan Bisnis 2018;9:21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>.
- [8] Saradissa CN. Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. Ilmu Dan Ris Manaj 2015;4.
- [9] Tjiptono F. Strategi Pemasaran. 4th ed. Yogyakarta: Andi; 2015.
- [10] Desrianto, Afridola S. Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Town Bakery Di Kota Batam. J EMBA J Ris Ekon Manajemen, Bisnis Dan Akunt 2020;8:2020–33.
- [11] Sopiah dan Sangadi. Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis. Yogyakarta: GRAHA ILMU; 2012.