

**PENGARUH HARGA PRODUK PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI TOKO SAKOLA FASHION DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

HALAMAN JUDUL



DISUSUN OLEH:

ALBERTHUS EKO PURWANTO

11140094

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PENGAJUAN

Di Ajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen



Disusun oleh :

Alberthus Eko Purwanto

11140094

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS KRISTEN DUTA
WACANA YOGYAKARTA
2021**

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alberthus Eko Purwanto
NIM : 11140094
Program studi : MANAJEMEN
Fakultas : FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI
MANAJEMEN
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH HARGA PRODUK PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO SAKOLA FASHION DI
YOGYAKARTA”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 8 februari2022

Yang menyatakan



(Alberthus eko purwanto)

NIM.11140094

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

PENGARUH HARGA PRODUK PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO SAKOLA FASHION DI YOGYAKARTA

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

Alberthus Eko purwanto

11140094

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen




Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 28 Oktober 2021

Nama Dosen

Tanda Tangan

- | | |
|--|--|
| 1. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Ketua Tim/Dosen Penguji) |
 |
| 2. Hardo Firmana G.G.Manik, SE.,M.Sc
(Dosen Penguji) |
 |
| 3. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM.,M.Min
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji) |
 |

Yogyakarta, 27 Januari 2022

Dekan,

Ketua Program Studi Manajemen,



Dr. Perminas Pangeran, M.Si



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Pengaruh Harga Produk Pelayanan Dan Lokasi Terhadap
Kepuasan Konsumen Di Toko Sakola Fashion Di yogyakarta

Nama : Alberthus Eko Purwanto

NIM : 11140094

Mata Kuliah : Skripsi

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

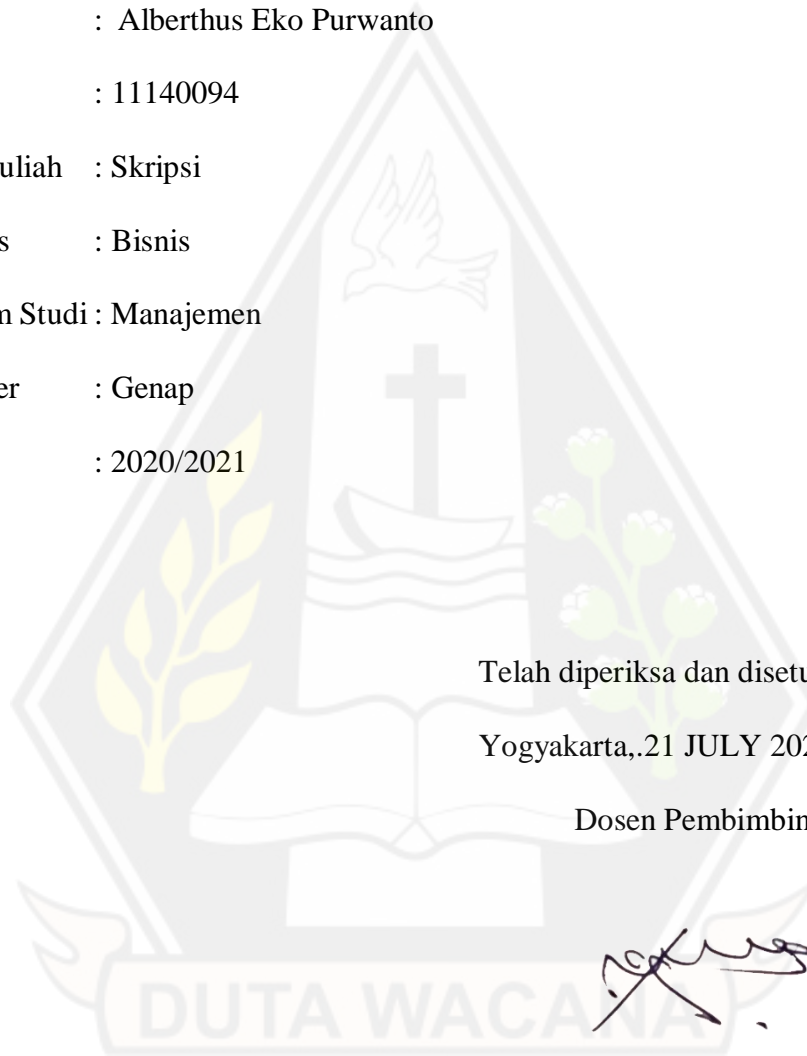
Semester : Genap

Tahun : 2020/2021

Telah diperiksa dan disetujui di

Yogyakarta, 21 JULY 2021

Dosen Pembimbing



Dr. Andreas Ari Sukoco, M.Min., MM

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**PENGARUH HARGA, PRODUK, PELAYAN DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO SAKOLA FASHION DI
YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada program studi manajemen fakultas bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari di dapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 8 februari 2022



ALBERTHUS EKO PURWANTO.

11140094

DUTA WACANA

HALAMAN MOTTO

“Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang,
sebab Aku ini Allahmu,
Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau, Aku akan memegang
engkau dengan tangan kanan Ku yang membawa kemenangan” (**Yesaya 41:10**)

“Satu-satunya sumber pengetahuan adalah pengalaman” (**Albert Einstein**)

“Sukses tak akan datang bagi mereka yang hanya menunggu tak berbuat
apa-apa, tapi bagi mereka yang selalu berusaha wujudkan mimpinya”

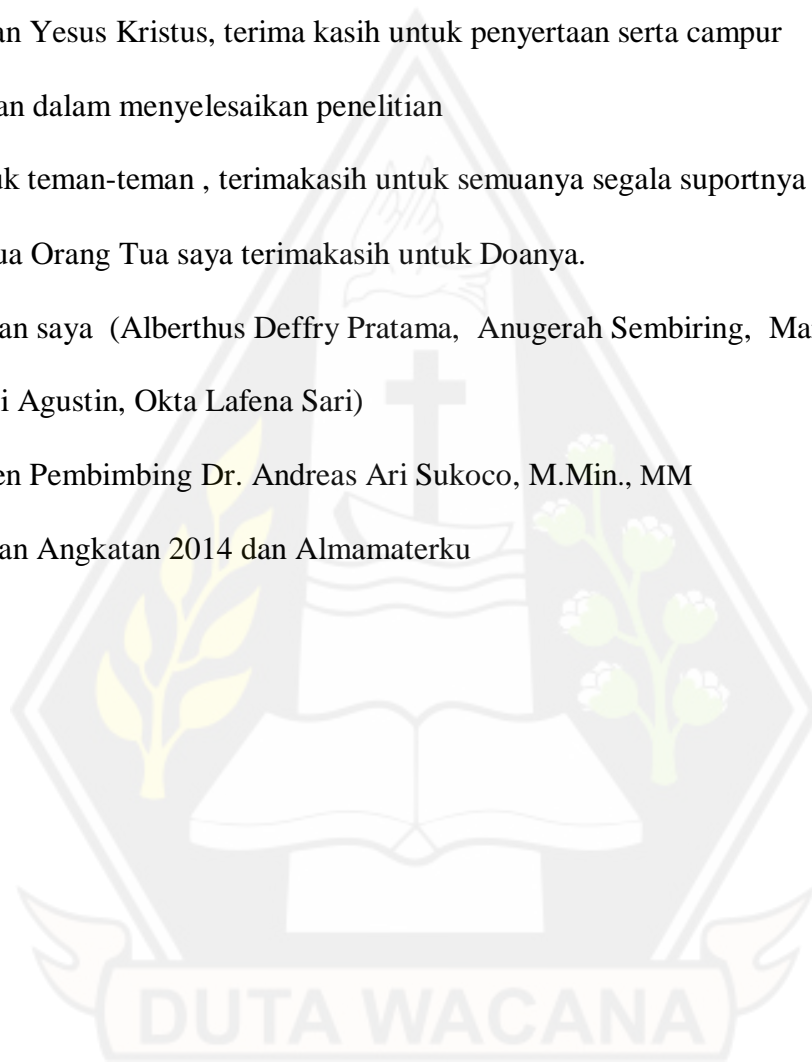


DUTA WACANA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus Kristus, terima kasih untuk penyertaan serta campur tangan dalam menyelesaikan penelitian
2. Untuk teman-teman , terimakasih untuk semuanya segala suportnya
3. Kedua Orang Tua saya terimakasih untuk Doanya.
4. Teman saya (Alberthus Deffry Pratama, Anugerah Sembiring, Maria Dewi Agustin, Okta Lafena Sari)
5. Dosen Pembimbing Dr. Andreas Ari Sukoco, M.Min., MM
6. Teman Angkatan 2014 dan Almamaterku



KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan rahmat dan kasih sayangNya yang tidak terbatas sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi.

Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat – syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Dalam proses pekerjaan Skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang dalam kepada :

1. Bapak Dr. Perminas Pangeran, SE.,M.Si, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Terima kasih telah menjadi dekan dan dosen yang memberi semangat dan inspirasi bagi para mahasiswanya.
2. Bapak Dr. Andreas Ari Sukoco, M.Min., MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini
4. Para pengunjung Toko Sakola yang telah bersedia memberikan waktunya untuk menjadi responden dan memberikan data penelitian.

Saya mengucapkan banyak terima kasih untuk kedua orang tua saya. yang tangguh dan kuat dalam hidupnya dan yang telah membiayai kuliah saya, makan, kendaraan serta memberikan tempat tinggal serta menjadi panutan dalam kehidupan dan terimakasih

Terima kasih untuk Kedua orang tua atas doa yang diberikan untuk saya terkhusus untuk mamak saya tercinta.

5. Sahabat-sahabat saya yang telah menyupport saya: Alberthus Deffry Pratama, Anugerah Sembiring, Maria Dewi Agustin, Okta Lafena Sari.
6. Keluarga Besar Admisi & Promosi Universitas Kristen Duta Wacana.
7. Teman-teman Fak Bisnis 2014, terimakasih untuk kebersamaan nya
8. Semua Pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.

Yogyakarta, 21 JULY 2021



Alberthus Eko Purwanto

(11140094)

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1

1.2.	Rumusan Masalah	6
1.3.	Tujuan Penelitian.....	6
1.4	Mamfaat Penelitian.....	7
1.5	Batasan Masalah.....	7
BAB II		8
LANDASAN TEORI		8
2.1	Pemasaran	8
2.1.1	Pengertian pemasaran	8
2.1.2.	Harga	9
2.1.3	Produk.....	12
2.1.4	Pelayanan	14
2.1.5	Lokasi	17
2.1.6	Kepuasan konsumen	20
2.1.7	Pengaruh harga produk dengan kepuasan konsumen.....	21
2.1.8	Hubungan pelayanan dengan kepuasan konsumen.....	22
2.1.9	Hubungan lokasi dengan kepuasan konsumen	22
2.1.10	Penelitian terdahulu	23
2.1.11	Hipotesis penelitian.....	27
BAB III.....		29
METODE PENELITIAN		29
3.1	Data	29
3.1.1	Sumber Data.....	29
3.1.2	Pengumpulan Data	30

3.1.3.	Pupulasi Dan Sampel Penelitian	31
3.2	Model penelitian.....	32
3.3	Definisi variabel dan pengukuran indikator.....	33
3.3.1.	Variabel Penelitian	33
3.3.2.	Harga (x1)	35
3.3.3.	Produk (x2)	36
3.3.4.	Pelayanan (x3).....	38
3.3.5.	Lokasi.....	42
3.3.6.	Kepuasan Konsumen (Y).....	44
3.3.7.	Pengukuran Variabel	46
3.4	Metode analisis data.....	47
3.4.1.	Uji Validitas	47
3.4.2.	Uji Relibilitas	48
3.4.3.	Analisis Prsentase.....	49
3.5	uji statistik.....	50
3.5.1.	Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.5.2.	Uji Hepotesis.....	51
BAB IV	54
ANALISIS PEMBAHASAN	54
4.1	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	55
4.1.1	Uji Validitas	55
4.1.2	Uji Realibilitas	57
4.2	Analisis Prosentase.....	58

4.2.1	Analisis Profil Responden	58
4.2.2	responden berdasarkan usia	58
4.2.3	Responden berdasarkan jenis kelamin.....	59
4.2.4	Responden Berdasarkan Pendidikan Terahir	60
4.2.5	Responden Berdasarkan Total Kunjungan	61
4.2.6	Responden Berdasarkan Informasi.....	62
4.2.7	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	64
4.2.8	Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	65
4.3	Analisis Regresi Linier Berganda	66
4.4	Uji Signifikan.....	68
4.4.1	Koefisien Determinasi	68
4.4.2	Uji Signifikan Pengaruh Secara Simulatan (uji f).....	70
4.4.3	Uji Signifikan Pengaruh Secara Parsial (uji t)	71
4.5	Hasil Pembahasan	74
4.5.1	Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen	76
4.5.2	Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	77
4.5.3	Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	77
4.5.4	Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen	78
BAB V.....		79
KESIMPULAN DAN SARAN.....		79
5.1.	Kesimpulan	79
5.2.	Analisis Regresi Linier Berganda	80
5.3.	Keterbatasan Penelitian	80

5.4.	Saran.....	80
5.4.1.	Bagi Perusahaan.....	81
5.4.2.	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	81
	DAFTAR PUSTAKA.....	82



DAFTAR TABEL

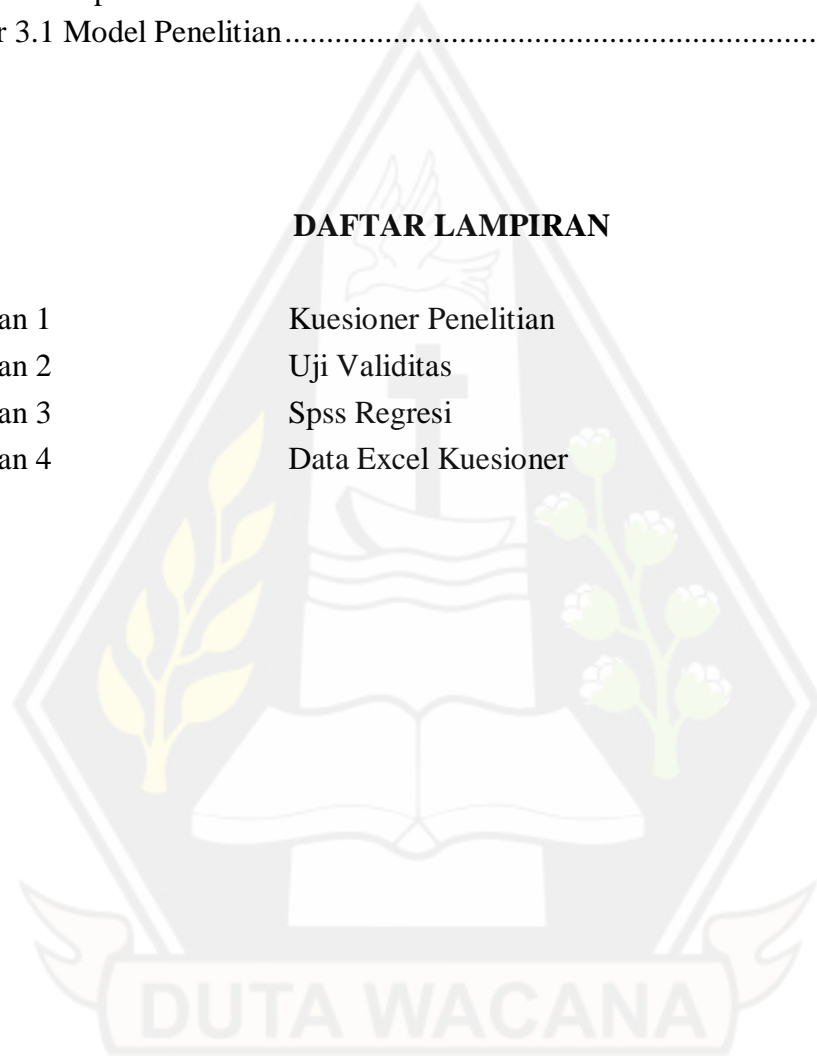
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 2.1 Indikator Variabel Harga	35
Tabel 3.2 Indikator Variabel Produk	36
Tabel 3.3 Indikator Variabel Pelayanan.....	40
Tabel 3.4 Indikator Variabel Lokasi	43
Tabel 3.5 Indikator Variabel Kepuasan Konsumen.....	45
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4.2 Hasil Uji Relibilitas Instrumen	57
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
Tabel 4.6 Jumlah Responden Total Kunjungan	61
Tabel 4.7 Jumlah Responden Berdasarkan Informasi.....	62
Tabel 4.8 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	63
Tabel 4.9 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	64
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4.11 hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary	69
Tabel 4.12 Data Hasil (Uji F)	70
Tabel 4.13 Hasil Uji T.....	71
Tabel 4.14 Pembahasan Hasil.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hipotesis Penelitian	27
Gambar 3.1 Model Penelitian.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Uji Validitas
Lampiran 3	Spss Regresi
Lampiran 4	Data Excel Kuesioner



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap harga, produk, pelayanan dan lokasi di Toko Sakola. Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian dengan metode survei. Populasinya tak lain adalah para pengunjung Toko Sakola di kota Yogyakarta. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah tehnik analisis data deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis yang penulis lakukan, menunjukkan bahwa:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Sakola secara parsial. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima
2. Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Sakola secara parsial. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima.
3. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Sakola secara parsial. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima.
4. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Sakola secara parsial. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima

Kata kunci: harga, produk, pelayanan, lokasi dan Kepuasan Konsumen



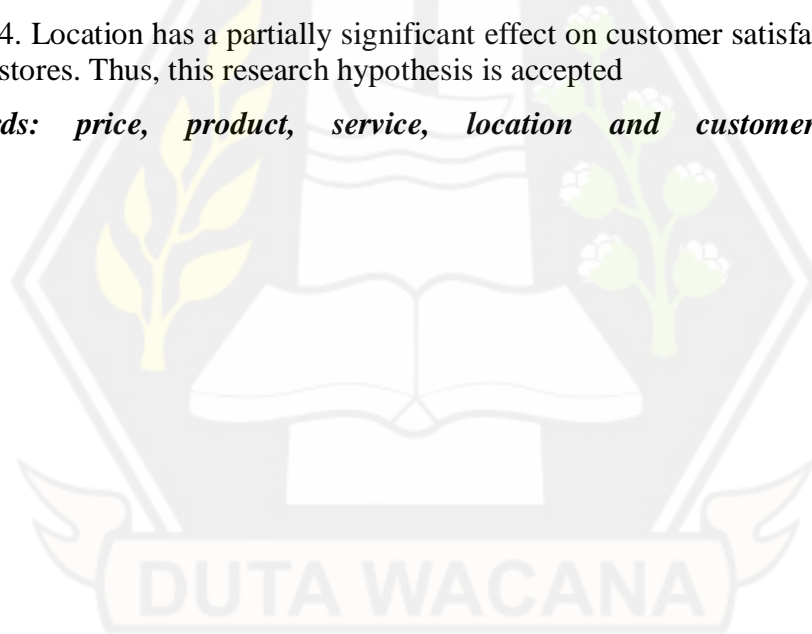
ABSTRACT

This study aims to determine the level of consumer satisfaction with prices, products, services and locations of Sakola stores. This type of research that the author uses is research with a survey method. The population is none other than the visitors to the sakola shop in the city of Yogyakarta. The number of samples is 100 respondents. While the sampling technique in this study using purposive sampling.

The data collection technique that the writer uses is a questionnaire. The data analysis technique used is descriptive data analysis techniques and multiple linear regression analysis. The results of the analysis by the authors show that:

1. Price has a partially significant effect on customer satisfaction at Sakola stores. Thus, this research hypothesis is accepted
2. Products partially have a significant effect on customer satisfaction at Sakola stores. Thus, this research hypothesis is accepted.
3. Service partially has a significant effect on customer satisfaction at Sakola stores. Thus, this research hypothesis is accepted.
4. Location has a partially significant effect on customer satisfaction at Sakola stores. Thus, this research hypothesis is accepted

Keywords: *price, product, service, location and customer satisfaction*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis juga memerlukan inovatif yang kuat dalam bidang fashion yang akan dijual, karena inovatif ini bisa meliputi bentuk atau tampilan yang diberikan, cara menawarkan produk yang unik serta pelayanan dalam penjualan, Serta harga yang lebih murah merupakan inovatif hal ini merupakan pembeda antara bisnis fashion yang digeluti dengan fashion lainnya.

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi dan keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya menyebabkan seorang pembeli harus mengaktualisasikan kebutuhan yang ada di benaknya itu (Rahma, 2007).

Pada era globalisasi persaingan dalam dunia usaha bisnis semakin ketat. Kondisi pasar yang kompetitif dan dinamis akan mengakibatkan setiap perusahaan harus selalu mengamati persaingan dalam lingkungan bisnisnya. Dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin kuat dan ketat, setiap perusahaan dituntut harus mampu mengoptimalkan sumber daya ekonominya guna meningkatkan daya saing produknya di pasar, serta mampu menjalankan serangkaian strategi pemasaran yang efektif dan

selalu mengembangkan strategi pemasaran tersebut secara terus-menerus serta berkelanjutan. Salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yaitu proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya (Kotler dan Armstrong, 2008).

Toko Sakola adalah salah satu bisnis di bidang industri ritel yang menyediakan kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan fashion. Tidak hanya di Sakola saja tetapi juga terdapat beberapa pengusaha yang menawarkan produk yang sama dengan toko Sakola seperti, toko ELITA dan toko JOLIE. Akan tetapi, Toko Sakola Fashion berbeda dari para pesaing yang lain. Karena Toko Sakola menawarkan harga yang relatif murah jika dibandingkan dengan harga di toko fashion yang ada di Jl. Kapten Piere Tendean.

Toko Sakola berdiri sejak tahun 2008 sampai sekarang ini merupakan toko yang sangat digemari oleh para konsumen. Karena fashion merupakan satu kebutuhan pokok bagi manusia dan saya sangat tertarik dengan adanya Toko Sakola dimana toko tersebut selalu ramai oleh konsumen dari kalangan anak-anak, pelajar, mahasiswa, pegawai dan orang tua yang berkunjung untuk berbelanja fashion dan accessories. Dan Toko Sakola ini setiap hari tidak pernah sepi, selalu banyak konsumen sehingga sangat menarik untuk diteliti apakah yang menjadikan konsumen tersebut mempunyai niat untuk berbelanja fashion tersebut apakah itu dimulai dari faktor harga, faktor kualitas barang dan bagaimanakah faktor lokasi apakah itu menjadi salah satu alasan konsumen untuk berbelanja di Toko Sakola. Sedangkan

masih banyak juga toko-toko fashion yang ada di sekitaran Toko Sakola maupun toko fashion dan accessories di toko lain selain Toko Sakola tersebut. Karena saya melihat toko fashion lain tidak pernah ramai dikunjungi konsumen di bandingkan dengan Toko Sakola tersebut. Kebutuhan akan sandang merupakan kebutuhan primer setiap orang. Selain peran pentingnya bagi manusia, pakaianpun bisa menambah rasa percaya diri dan membuat seseorang terlihat modis. Bisnis penjualan pakaian sekarang ini memang semakin berkembang terutama di Indonesia, ini terbukti dengan semakin banyaknya muncul outlet (toko) dan distro yang menjual berbagai jenis pakaian. Perkembangan fashion pakaian ini maka persaingan untuk memperoleh pelanggan dan keuntungan juga semakin meningkat. Dari tahun ke tahun peningkatan dari produk ini sangatlah pesat. Usaha di bidang pakaianpun banyak yang bermunculan, sehingga membuat persaingan di dunia fashion semakin tinggi, dan para pengusaha dituntut untuk menentukan perencanaan strategi pemasaran yang akan digunakannya untuk menghadapi persaingan yang ada saat ini. Peluang bisnis pakaian ibarat pintu yang terbuka lebar yang mengundang peminatnya untuk terjun dan meraup keuntungan yang besar. Oleh karena itu, wajar jika bisnis ini sangat potensial untuk menjalankan sebuah usaha bisnis pakaian sedangkan kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono, 2008). Menurut Lamb (2011) Harga adalah apa yang harus diberikan oleh konsumen (pembeli) untuk mendapatkan suatu produk. Harga sering merupakan elemen yang paling fleksibel di antara keempat elemen bauran pemasaran. Walker (2012) Menerapkan kebijakan harga rendah dibandingkan dengan pesaing dapat diciptakan, apabila perusahaan memiliki

keunggulan bersaing pada biaya rendah (low cost)". Untuk menetapkan sebuah harga diperlukan strategi-strategi khusus agar harga dirasa cukup ideal oleh konsumen. Harga dirasa ideal bagi konsumen apabila produk sebanding dengan uang yang dikeluarkan untuk membeli produk tersebut.

Hal ini juga dibuktikan oleh penelitian Wibowo (2012) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian. Adapun faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yakni lokasi. Faktor produk tidak kalah penting karena produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh pembeli setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan (Lupiyoadi, 2006). Faktor lokasi juga mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Seseorang maupun sekelompok orang cenderung memilih rumah makan yang lokasinya tidak jauh dari lingkungan kampus maupun kantor.

Komponen yang menyangkut lokasi (Tjiptono, 2001) meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya. Adapun yang menjadi faktor-faktor keputusan pembelian yang dipertimbangkan peneliti

adalah lokasi, produk dan harga. Lokasi merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan sebuah usaha karena mempengaruhi biaya usaha.

Lokasi usaha harus dipertimbangkan dengan sebaik mungkin. Jika perusahaan salah dalam memilih lokasi, maka perusahaan akan menanggung resiko berupa kerugian atau tidak tercapai sasaran dan tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. Produk, harga dan lokasi yang merupakan bagian dari strategi bauran pemasaran memang mempunyai peran yang sangat penting yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini didukung oleh memasukkan variabel harga, produk, pelayanan dan lokasi dalam penelitian yang dilakukannya. Dalam penelitiannya menyebutkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Merujuk pada penelitian tersebut, maka penelitian ini akan menggunakan ketiga variabel strategi pemasaran tersebut sebagai variabel bebasnya (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel terikatnya (Y). Berdasarkan uraian dari permasalahan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH HARGA, PRODUK PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO SAKOLA FASHION DI YOGYAKARTA”.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka akan merumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen ditoko Sakola?
- b. Bagaimanakah pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen ditoko Sakola?
- c. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen ditoko Sakola?
- d. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen ditoko Sakola?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen ditoko Sakola.
- b. Untuk menganalisis pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen di toko Sakola
- c. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen ditoko Sakola
- d. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen ditoko Sakola

1.4 Mamfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan mamfaat sebagai berikut:

a. Bagi ilmu pengetahuan, memberikan tambahan referensi penelitian tentang pengaruh harga, produk, pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi pada penellitian-penelitian berikutnya dalam menganalisis dan memecahkan persoalan yang sejenis.

b. Bagi Toko Sakola

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan dan inspirasi untuk membantu strategi pemasaran yang akan dilakukan dan untuk meningkatkan minat konsumen untuk berbelanja fashion di Toko Sakola.

1.5 Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas, maka peneliti memberikan batasan masalah yang meliputi responden sebagai berikut :

- a. Produk yang diteliti adalah Toko Sakola di Yogyakarta.
- b. Responden penelitian adalah masyarakat yogyakarta yang pernah membeli produk Sakola.
- c. Jumlah responden yang diteliti 100 orang.
- d. Variabel yang diteliti adalah harga, produk, pelayanan, dan lokasi yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
- e. Waktu : 1 february 2021

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi variabel harga, produk pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Toko Sakola. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 100 responden dimana yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah mereka yang pernah membeli produk di Toko Sakola. Sebelum menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan data yang sudah ada. Ketika semua item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan sudah valid, maka penelitian tersebut dapat dilanjutkan ke tahap dan penelitian selanjutnya.

1. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan usia ≤ 18 tahun dengan jumlah 35 responden (35%)
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 78 responden (78%).
3. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pendidikan terakhir sebagai sma dengan jumlah 65 responden (65%)
4. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki frekuensi kunjungan di toko sakola 2-4 kali sebanyak 67 responden (67%)
5. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki informasi lokasi toko sakola berdasarkan dari teman/ relasi sebanyak 70 responden (70%)
6. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa dengan jumlah 75 responden (75%)

7. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pengeluaran sebesar \leq Rp. 1.500.000,00 dengan jumlah 50 responden (50%)

5.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengolahan dari analisis data yang disebarkan sebanyak 100 responden dapat ditarik kesimpulan yaitu dari variabel harga, produk, pelayanan dan lokasi dapat dilihat dari :

1. Variabel Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko sakola. Variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko sakola secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima
2. Variabel Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko sakola secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima
3. Variabel Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko sakola secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima
4. Variabel Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko sakola secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lanjutan. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain:

1. Penelitian ini menyesuaikan kuesioner dengan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan oleh penulis.

5.4. Saran

Dari hasil penelitian, penelitian ingin memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian ini yang akan dijadikan bahan pertimbangan bagi Toko Sakola

5.4.1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa harga produk pelayanan dan lokasi secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sehingga Toko Sakola Jogja harus menjaga kestabilan harga. Agar berani bersaing dengan toko-toko fashion lainnya karena sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen meningkatkan produk seperti menawarkan produk yang bervariasi dari segi desain yang mengikuti trend yang menyediakan produk dengan baik atau tidak cacat dan rusak meningkatkan pelayanan agar membantu mempertahankan pelanggan lebih lama, lokasi kondisi lingkungan yang nyaman dan akses jalan yang mudah hal ini mengindikasikan bahwa semakin strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen maka semakin kuat tingkat kepuasan konsumen

5.4.2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada penelitian selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik, yaitu :

1. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup tetapi juga pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian, dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam seperti variabel yang berbeda

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi 6, Jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: Prehallindo. Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga. Kotler dan Amstrong. 2001, *prinsip-prinsip pemasaran*, jilid 1, Edisi Kedelapan, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Salemba Empat.. Jilid II. Jakarta, 2001

- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2001). Dasar-dasar Pemasaran Edisi IX. Jakarta: PT. Indeks.
- Leksono, Bagus tri. 2009. “Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah”. Skripsi Fakultas Ekonomi Undip
- Lupiyoadi, Rambat. 2001 Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan praktik), Jakarta : Salemba Empat
- Lupiyoadi (2001) Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek, Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi (2001) Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek, Salemba Empat, Jakarta.
- Peter J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. Consumer Behavior Jilid II diterjemahkan oleh Damos Sihombing. Jakarta : Erlangga.
- Rangkuti, Freddy (2002), Measuring Customer Satisfaction, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Tjiptono, Fandy dan G. Chandra. 2005. Service, Quality, & Satisfaction. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy, 2008 . Strategi Pemasaran .Edisi 2 dan 3, ANDI: Yogyakarta
- Leksono, Bagus tri. 2009. “Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah”. Skripsi Fakultas Ekonomi Undip

