

## Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Perusahaan Beras Rantai Padi UD. Guna Karya Grogol)

Yuriska Wahyu Wijayanti<sup>1</sup>, Ustadus Sholihin<sup>2</sup>, Taufik Akbar<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Kediri

Email : [yuriskawijayanti227@gmail.com](mailto:yuriskawijayanti227@gmail.com)<sup>1</sup>, [Tadus72@gmail.com](mailto:Tadus72@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[taufikakbar@uniska-kediri.ac.id](mailto:taufikakbar@uniska-kediri.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstract.** This study to determine the effect of product, price, and location on customer satisfaction either partially or simultaneously. The location of this research was conducted at UD. Guna Karya Grogol, Kediri Regency. The objects in this research are rice customers from UD. Guna Karya Grogol, Kediri Regency. This research is quantitative research. Data collection was carried out using questionnaires, interviews, observation, documentation and literature. Data analysis was performed using validity test, reliability test, classic assumption test., multiple linear test, hypothesis test, determination test. From the result of the research that has been done, it shows that the first problem formulation regarding the product partially has a significance level effect on customers satisfaction. This is evidenced by the t count value of 2.850 with a significance level of 0,009. Price partially has a significance effect on consumer satisfaction. This is evidenced by the t count value of 1.948 with a significance level of 0,044. Place partially has a significant effect on customer satisfaction. Product, price and Place on customer satisfaction simultaneously have a significant effect on customer satisfaction. F count is 3.968 with a sig level of 0.021 where the figure is <0.05.

**Keywords:** Product, Price and Place Customer Satisfaction.

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan. Lokasi penelitian ini dilakukan pada UD. Guna Karya Grogol Kabupaten Kediri. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen beras dari UD. Guna Karya Grogol Kabupaten Kediri.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuisioner, wawancara, observasi, dokumentasi dan literatur. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji linier berganda, uji hipotesis, uji determinasi.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa rumusan masalah yang pertama tentang produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai t hitung sebesar 2,850 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,009. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai t hitung sebesar 1,948 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,044. Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai t hitung sebesar 3,027 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,0027. Produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. F hitung sebesar 3,968 dengan tingkat sig sebesar 0,021 dimana angka tersebut <0,05.

**Kata kunci:** Produk, Harga, Lokasi dan Kepuasan Konsumen

### LATAR BELAKANG

UD. Guna Karya yang terletak di Desa Cerme Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang produksi beras. Pemasaran beras Rantai Padi UD. Guna Karya menggunakan sistem internal ataupun eksternal sehingga lebih mampu mengadaptasi perubahan baik internal ataupun eksternal. Sebagai perusahaan penghasil beras, tentunya perusahaan harus memiliki bauran yang baik pula agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi.

“Bauran pemasaran merupakan perangkat atau alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu di pertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses (Lupiyoadi, 2013:92).”

“Kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapan’ (Pane, 2017). Pelanggan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan. Sedangkan di UD. Guna Karya Grogol Kab. Kediri ini disetiap produksi beras selalu mengeluarkan produk beras yang berkualitas bagus. Dibagian harga, di perusahaan ini dalam menentukan harga mengikuti pasar. Sedangkan lokasinya di perusahaan tersebut memadai untuk dilewati atau strategis. Berdasarkan uraian itu bisa berdampak terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis mengambil judul penelitian **“Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus pada Perusahaan Beras UD. Guna Karya Rantai Padi Grogol, kabupaten Kediri)**

## **KAJIAN TEORITIS**

Pemasaran adalah interaksi untuk menciptakan sebuah hubungan pertukaran, akan tetapi pemasaran bukan salah satu cara sederhana yang sekedar hanya menghasilkan penjualan saja. Hal ini pertukaran hanyalah tahapan awal yang termasuk dalam proses pemasaran. Pemasaran dapat dilakukan baik sebelum ataupun sesudah proses pertukaran. Dalam perusahaan untuk mencari respon pasar menggunakan bauran pemasaran yang di dalamnya terdapat bagaimana cara mengelola produk, harga, lokasi, dan promosi untuk mengenalkan barang-barang yang telah dihasilkan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini mencakup mengenai Pengaruh Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perusahaan Beras Rantai Padi UD. Guna Karya Grogol Kabupaten Kediri).

Populasi yang diambil pada penelitian ini berjumlah 26 responden. Populasi digunakan sebagai sampel. Jenis data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Statistik**

#### **1. Uji Validitas**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa hasil uji validitas setiap variable X1, X2, X3 dan Y adalah r hitung lebih besar daripada r tabel yaitu lebih dari 0,453 dengan signifikan 0,05 yang membuktikan bahwa penelitian ini dinyatakan valid.

#### **2. Uji Reliabilitas**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa setiap variable yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal ini dibuktikan dengan Cronbach's Alpha lebih besar dibandingkan nilai signifikan yaitu 0,60. Sesuai kriteria, maka hasil data angket memiliki tingkat reliabilitas yang baik atau dengan kata lain data hasil angket dapat dipercaya.

#### **3. Uji Asumsi Klasik**

##### **a. Uji Normalitas**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai probabilitas dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa data setiap variable dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### **4. Uji Multikolinearitas**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai toleransi dari setiap variable X1 sebesar 0,489, X2 sebesar 0,377 dan X3 sebesar 0,676 yaitu lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai VIF kurang dari 10,00. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variable bebas dalam penelitian ini.

#### **5. Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa scatterplots dilihat plots menyebar diatas nilai 0, dan dibawah nilai 0 juga menyebar sehingga tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

#### **6. Uji Regresi Linear Berganda**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa Coefficients diatas diperoleh konstanta 0,259  $b_{1x1} = 0,412$ ,  $b_{2x2} 0,334$  dan  $b_{3x3} 0,471$  . sehingga hasil tersebut dimasukkan kedalam persamaan regresi berganda sebagai berikut:  $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$   $Y = 0,259 + 0,412 X_1 + 0,334 X_2 + 0,471 X_3 + e$  Maka dari persamaan model regresi diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 0,259 artinya jika X1, X2 dan X3 nilainya 0, maka Y nilainya sebesar 0,259.

2. Nilai koefisien  $X_1$  sebesar 0,412, artinya jika variabel bebas lain nilainya tetap dan  $X_1$  mengalami kenaikan satu satuan maka nilai  $Y$  akan mengalami kenaikan sebesar 0,412
3. Nilai koefisien  $X_2$  sebesar 0,334, artinya jika variabel bebas lain nilainya tetap dan  $X_2$  mengalami kenaikan satu satuan maka nilai  $Y$  akan mengalami kenaikan sebesar 0,334.
4. Nilai koefisien  $X_3$  sebesar 0,471, artinya jika variabel bebas lain nilainya tetap dan  $X_3$  mengalami kenaikan satu satuan maka nilai  $Y$  akan mengalami kenaikan sebesar 0,471.

## **7. Uji T**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan coefficients diatas diperoleh :

1. Nilai thitung variabel Produk sebesar 3,145 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,005. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya Produk ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ).
2. Nilai thitung variabel Harga sebesar 2,073 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya Harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ).
3. Nilai thitung variabel Harga sebesar 3,027 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,006. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ).

## **8. Uji F**

Berdasarkan hasil pengujian Fhitung sebesar 16,986 dengan tingkat sig sebesar 0,000, dimana angka tersebut  $< 0,05$ . Artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka dapat disimpulkan Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ).

## **9. Uji Koefisien Determinasi**

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahawa nilai  $R$  yaitu 0,836 yang artinya variabel bebas yang terdiri dari variabel produk ( $X_1$ ), harga( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) dengan variabel terikat Kepuasan konsumen ( $Y$ ) memiliki hubungan yang kuat karena mendekati angka 1. Nilai  $R$  Square sebesar 0,698 artinya variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) mempengaruhi kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 69,8% sisanya 30,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

## **Pembahasan**

### **1. Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji t nilai thitung untuk variabel Produk sebesar 2,850 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,009. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel independent yaitu Produk ( $X_1$ ) terhadap variabel dependent ( $Y$ )

yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Penelitian ini diperkuat oleh Kamal & Irfani (2018) yang meneliti tentang Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi di Sungguminasa. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji t nilai thitung untuk variabel Harga sebesar 1,948 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,044. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel independent yaitu Produk (X1) terhadap variabel dependent (Y) yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Penelitian ini diperkuat oleh penelitian lain yang diteliti oleh Fathimah (2013) tentang pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen Air Mineral Asa di Samarinda. Berdasarkan analisis uji t (parsial), membuktikan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai harga lebih kecil dari Alpha.

## **3. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji t nilai thitung untuk variabel lokasi sebesar 3,027 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,0027. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel independent yaitu Produk (X1) terhadap variabel dependent (Y) yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Penelitian yang sama terkait Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen dilakukan oleh Darwin Lie, dkk (2021) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Baravi Pematangsiantar. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai thitung  $4,731 > 1,667$  ttabel dengan taraf signifikansi  $0,000 < \alpha 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## **4. Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji F bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel produk (X1), harga (X2) dan lokasi (X3) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini terlihat dari hasil Fhitung sebesar 3,968 dengan tingkat sig sebesar 0,021 dimana angka tersebut Ftabel yaitu  $35,679 > 2,70$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada UD Guna Karya Kediri. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai thitung sebesar 2,850 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,009.
2. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai thitung sebesar 1,948 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,044.
3. Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai thitung sebesar 3,027 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,0027.
4. Produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Fhitung sebesar 3,968 dengan tingkat sig sebesar 0,021 dimana angka tersebut  $<0,05$ .

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada UD Guna Karya Kediri. Maka berikut beberapa saran yang dapat diajukan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi UD Guna Karya Kediri Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan evaluasi bagi pihak UD Guna Karya Kediri untuk meningkatkan jumlah konsumen dengan cara memberikan harga yang stabil sesuai kualitas produk.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya sehingga menambah wawasan ilmu tentang harga, produk, lokasiterhadap kepuasan konsumen.

### **DAFTAR REFERENSI**

- Agesta, V. K. (2018). *Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sanggar Bunga Mayang Bandar Lampung*. Universitas Lampung.
- Alvino, G. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Karoeseri Kandang Elf) Tugas Akhir*. 1–62.
- Amirullah. (2021a). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen*, 13 (3), 383–390.
- Amirullah. (2021b). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 13 (3), 383–390.
- Astuti, Y. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Waroeng Kampoeng Toa Kabupaten Bantaeng*. 60.
- Fathimah, F. (2013). *Kepuasan Konsumen Air Mineral Asa Di*. 1 (4), 340–350.

- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanandan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6 (1), 72–78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>
- Kamaluddin, & Iriani, N. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi di Sungguminasa. *Jurnal Economix*, 6(1),53–60.
- Kepuasan, T., Di, K., & Futsal, Z. (2017). *No Title*.
- Lupiyoadi, R. (2013a). *Manajemen Pemasaran Jasa* (D.A. Halim (ed.); Edisi 3). Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2013b). *MANAJEMEN PEMASARAN JASA Berbasis Kompeten Salemba Empat*.
- Meristi, D. P. (2018). *Studi Kasus Pada Konsumen di Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus pada Konsumen di Ekologi Deskand Coffee Yogyakarta*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Pane, A. M. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Zona Futsal*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.