

## PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG-WARUNG MAKAN LAMONGAN DI KOTA MANADO

Oleh:

**Jefry F.T. Bailia<sup>1</sup>**

**Agus Supandi Soegoto<sup>2</sup>**

**Sjendry Serulo R. Loindong<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen  
Universitas Sam Ratulangi Manado

e-mail : <sup>1</sup>[jefrybailia@gmail.com](mailto:jefrybailia@gmail.com)  
<sup>2</sup>[supandi\\_smrt@yahoo.co.id](mailto:supandi_smrt@yahoo.co.id)  
<sup>3</sup>[loindong185@gmail.com](mailto:loindong185@gmail.com)

### ABSTRAK

Perkembangan bisnis makanan di kota Manado semakin lama semakin meningkat, menyebabkan semua pengelola bisnis makanan harus berusaha lebih baik dalam membuat varian-varian baru dalam produk makanan. Kualitas produk, harga dan lokasi merupakan faktor penentu terhadap tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah mengkonsumsi produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi, baik secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado. Metode dalam penelitian ini adalah asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado selama periode tahun 2013 dan sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yaitu aksidental sampling. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen dan harga merupakan variabel yang dominan dengan demikian harga yang ditawarkan kepada konsumen kompetitif. Bagi para pengelola warung-warung makan Lamongan di kota Manado, sebaiknya meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** *kualitas produk, harga, lokasi, kepuasan konsumen.*

### ABSTRACT

The development of the food business in the city of Manado progressively increasing, causing all food business managers must do better in creating new variants in food products. Product quality, price and location is an important determinant of the level of consumer satisfaction obtained after consuming the product. The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price and location, either simultaneously and partially on customer satisfaction at Lamongan food stalls in the city of Manado. The method in this study is associative. The population in this study is that consumers who make purchases at the food stalls in the city of Manado Lamongan during the period of 2013 and this study's sample of 100 respondents. The sampling technique that is accidental sampling. Results of research conducted showed that the quality of products, price and location simultaneously and partially influence on consumer satisfaction and price are the dominant variable is thus offered to the consumer price competitive. For the managers of food stalls Lamongan in Manado, should improve the quality of products offered, thus increasing customer satisfaction.

**Keywords:** *product quality, price, place, customer satisfaction*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan bisnis makanan di kota Manado semakin lama semakin meningkat. Pada saat ini bisnis makanan semakin menjangkau semua lapisan masyarakat, bisnis makanan ini berdiri sebagai jawaban tuntutan masyarakat akan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan akan makanan. Meningkatnya persaingan mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara para pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis dituntut memiliki kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi dilingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik konsumen agar mampu berhasil dalam menjalankan usahanya.

Meningkatnya produk makanan yang beredar di pasar saat ini sudah sangat banyak dan tidak dapat dihindari lagi terjadinya persaingan yang sangat ketat di antara pengusaha di bidang makanan dalam merebut kepercayaan konsumen yang lebih besar. Pengusaha di bisnis makanan berupaya untuk menarik dan mendapatkan konsumen yang banyak untuk meningkatkan laba sehingga dengan hal ini suatu produk makanan diharapkan dapat menjadi yang terdepan diantara produk-produk sejenisnya. Hal ini sangat penting karena keberhasilan usaha di bisnis makanan sangat ditentukan oleh pengusaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang sangat menentukan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen. Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk di dalam diri konsumen melalui kualitas produk, harga dan lokasi yang dirasakan. Faktor kualitas produk, harga dan lokasi menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan kepuasan yang diperoleh oleh konsumen setelah melakukan pembelian. Konsumen cenderung membeli produk yang memiliki kualitas produk yang baik, harga terjangkau, dan lokasinya yang strategis serta dekat dengan pusat perbelanjaan yang dapat menjangkau konsumen.

Warung makan Lamongan di kota Manado adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang kuliner yang menyediakan makanan khas dari daerah Lamongan. Warung makan Lamongan ini menawarkan beragam varian-varian makanan yang sesuai dengan selera konsumen. Makanan khas Lamongan merupakan makanan yang cukup terkenal di kalangan masyarakat kota Manado, bahkan pada saat wawancara sebagian konsumen menyebutkan bahwa makanan ini tak kalah bedanya dengan makanan khas lainnya.

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh:

1. Kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado.
2. Harga terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado.
3. Lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Konsep-Konsep Dasar Pemasaran

*American Marketing Association* dalam (Kotler & Keller, 2009a: 5) mendefinisikan pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

### Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen (Wijaya, 2011:11). Kualitas produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan (Kotler & Armstrong, 2008:272).

## Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2008: 345). Umar (2009: 21) menyatakan harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

## Lokasi

Lokasi atau tempat merupakan kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran (Kotler & Armstrong, 2008: 63). Kotler & Keller (2009b: 17) menyatakan bahwa lokasi merupakan setiap lapisan perantara pemasaran akan melaksanakan semacam tugas dalam membawa produk dan kepemilikan lebih dekat kepada pembeli akhir.

## Kepuasan Konsumen

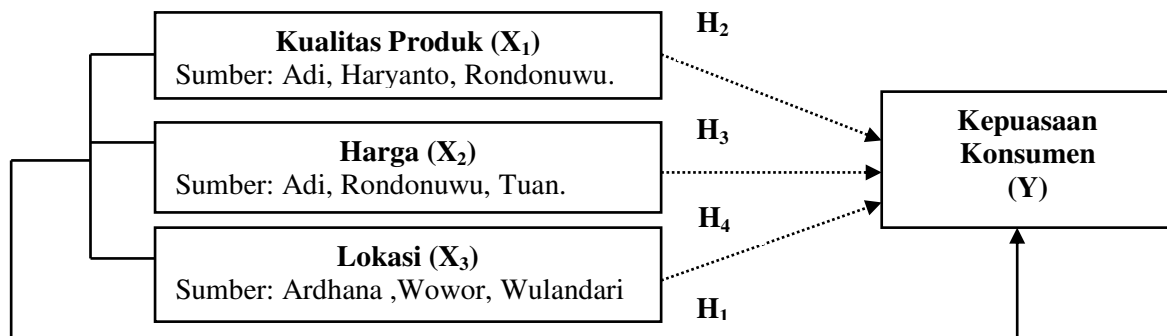
Kotler & Keller (2009a: 138) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Assauri (2012: 11) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan suatu indikator ke depan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan.

## Penelitian Terdahulu

Adi (2012) penelitian mengenai analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan waroeng spesial sambal cabang Lampersari Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ardhana (2010) penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel caesar Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel caesar Semarang.

Haryanto (2013) penelitian mengenai strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji McDonald's. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan secara simultan strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Wowor (2013) penelitian ini mengenai bauran pemasaran jasa, pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pengguna mobil toyota avanza veloz PT. Hasjrat Abadi Manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Rondonuwu (2013) penelitian mengenai kualitas produk, harga dan kualitas layanan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pengguna mobil nissan march pada PT. Wahana Wirawan Manado. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Tuan (2012) penelitian mengenai *effects of service quality and price fairness on student satisfaction*. penelitian menunjukkan bahwa berbagai dimensi dalam kualitas pelayanan yang dirasakan dan dianggap kewajaran harga memiliki dampak positif terhadap kepuasan mahasiswa. Wulandari (2013) penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen kopikita Semarang. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.



**Gambar 1 Kerangka Konseptual**

### Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>: Kualitas produk, Harga, Lokasi diduga secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di Kota Manado.  
 H<sub>2</sub>: Harga diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di Kota Manado.  
 H<sub>3</sub>: Lokasi diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di Kota Manado.

### METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di Kota Manado.

#### Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lokasi penelitian pada warung-warung makan Lamongan di jalan Piere Tendean Boulevard Manado. Waktu yang diperlukan dalam melakukan penelitian tersebut sekitar 2 bulan.

#### Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data-data penelitian ini adalah:

1. Kuesioner.
2. Wawancara.
3. Observasi.

#### Metode Analisis

##### Uji Validitas

Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2012: 455). Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas butiran angket adalah :

1. Jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka variabel tersebut valid.
2. Jika  $r$  hitung tidak positif serta  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka variabel tersebut tidak valid.

##### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk (Sugiyono, 2012: 455). Alat untuk mengukur reabilitas adalah Alpha Cronbach yang didasarkan pada nilai koefisien reliabilitas adalah baik apabila nilai Alpha Cronbach 0,60 atau lebih besar.

## Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada hubungan yang lebih tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak (Wibowo, 2012: 87).

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut (Wibowo, 2012: 93).

### 3. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal (Wibowo, 2012: 61).

## Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) (Wibowo, 2012: 126). Bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

$Y$  : Kepuasan konsumen.

$X_1$  : Kualitas produk.

$X_2$  : Harga.

$X_3$  : Lokasi.

$\beta_0$  : Intercept  $Y$ .

$\beta_1$  : Koefisien regresi kualitas produk.

$\beta_2$  : Koefisien regresi harga.

$\beta_3$  : Koefisien regresi lokasi.

$e$  : *error* atau sisa (residual).

## Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis ini digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas (Wibowo, 2012:135).

## Pengujian Hipotesis secara simultan (Uji F)

Pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan dilakukan dengan uji F. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Apabila  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel maka  $H_0$  ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari regresi dapat menerangkan variabel terikat secara serentak dan sebaliknya.

## Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial dilakukan dengan uji t. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan dengan demikian variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya dan sebaliknya.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN****Deskripsi Responden****Tabel 1. Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	62	62%
Perempuan	48	48%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2014

Tabel 1 menunjukkan bahwa jenis kelamin laki-laki yaitu 62 atau 62% laki-laki dan 48 atau 48% perempuan. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari tabel 4.1 konsumen yang makan di warung-warung makan Lamongan di kota Manado lebih dominan laki-laki dibandingkan dengan perempuan.

**Tabel 2. Kriteria Responden Berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMP	15	15%
SMA/Sederajat	32	32%
Diploma	25	25%
S1	13	13%
S2	12	12%
S3	3	3%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2014

Dapat disimpulkan bahwa dari kriteria pendidikan responden yang ada pada tabel 2, responden yang makan di warung-warung makan Lamongan di Kota Manado mayoritas memiliki pendidikan yang baik.

**Tabel 3. Kriteria Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai Negeri	28	28%
Pegawai Swasta	30	30%
Wiraswasta	23	23%
Pelajar/Mahasiswa	15	15%
Lain-lain	4	4%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2014

Dapat disimpulkan bahwa deskripsi dari semua kriteria jenjang pekerjaan responden yang ada di tabel 3, menunjukkan umumnya responden yang makan di warung-warung makan Lamongan di Kota Manado telah bekerja.

**Tabel 4 Kriteria Responden Berdasarkan Umur**

Umur	Jumlah	Persentase
17-25 Tahun	42	42%
26-60 Tahun	53	53%
>60 Tahun	5	5%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2014

Dapat disimpulkan bahwa deskripsi dari semua kriteria jenjang umur responden yang ada di tabel 4 responden yang makan di warung-warung makan Lamongan di Kota Manado berada pada usia produktif.

**Tabel 5 Kriteria Responden Berdasarkan Pendapatan**

Pendapatan	Jumlah	Persentase
$\leq 1.000.000$	18	18%
1.000.000 – 5.000.000	42	42%
3.000.0000 – 4.990.000	16	16%
$\geq 5.000.000$	11	11%
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>87%</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Dapat disimpulkan bahwa deskripsi dari tingkat pendapatan responden yang makan pada warung-warung makan Lamongan di Kota Manado pada tabel 5 yang dominan berada pada pendapatan 1.000.000 – 5.000.000.

### Hasil Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

**Tabel 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Sig	Status	Alpha	Status
Kualitas Produk ( $X_1$ )	X <sub>1,1</sub>	.734	0,374	0,000	Valid	0,791	Reliabel
	X <sub>1,2</sub>	.732	0,374	0,000	Valid		
	X <sub>1,3</sub>	.674	0,374	0,000	Valid		
	X <sub>1,4</sub>	.803	0,374	0,000	Valid		
	X <sub>1,5</sub>	.782	0,374	0,000	Valid		
Harga ( $X_2$ )	X <sub>2,1</sub>	.712	0,374	0,000	Valid	0,728	Reliabel
	X <sub>2,2</sub>	.757	0,374	0,000	Valid		
	X <sub>2,3</sub>	.665	0,374	0,000	Valid		
	X <sub>2,4</sub>	.724	0,374	0,000	Valid		
	X <sub>2,5</sub>	.631	0,374	0,000	Valid		

**Tabel 6 Uji Validitas dan Reabilitas (lanjutan)**

Lokasi ( $X_3$ )	X <sub>3,1</sub>	.832	0,374	0,000	Valid	0,877	Reliabel
	X <sub>3,2</sub>	.875	0,374	0,000	Valid		
	X <sub>3,3</sub>	.746	0,374	0,000	Valid		
	X <sub>3,4</sub>	.884	0,374	0,000	Valid		
	X <sub>3,5</sub>	.761	0,374	0,000	Valid		
Kepuasan Konsumen (Y)	Y <sub>1</sub>	.718	0,374	0,000	Valid	0,782	Reliabel
	Y <sub>2</sub>	.667	0,374	0,000	Valid		
	Y <sub>3</sub>	.725	0,374	0,000	Valid		
	Y <sub>4</sub>	.772	0,374	0,000	Valid		
	Y <sub>5</sub>	.774	0,374	0,000	Valid		

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2014

Tabel 6 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel untuk sampel sebanyak 30 responden yaitu 0,374. Nilai r hitung disajikan pada tabel 6 yang menunjukkan bahwa keseluruhan item pertanyaan untuk variabel adalah valid karena berada diatas nilai kritisnya r tabel = 0,374 (dari tabel *Rho Spearman*,  $df = (n, n-2)$  sehingga butir instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

Berdasarkan pada hasil uji reliabilitas yang terlihat pada tabel 6, maka seluruh variabel dalam instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal ini sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dimana nilai Alpha Cronbach yang dihasilkan masing-masing variabel berada diatas nilai kritis yang disarankan, untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variable dapat digunakan sebagai alat ukur.

## Hasil Uji Asumsi Klasik

### Uji Multikolinieritas

Suatu variabel menunjukkan gejala multikolinieritas bisa dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang tinggi pada variabel-variabel bebas suatu model regresi dan nilai tolerance yang rendah. Nilai VIF yang lebih besar dari 10 menunjukkan adanya gejala multikolinieritas dalam model regresi.

**Tabel 7 Uji Multikolinearitas**

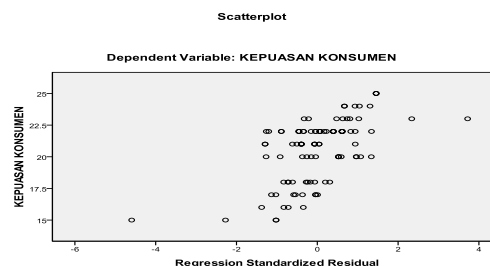
Variabel Bebas	VIF	KETERANGAN
Kualitas Produk ( $X_1$ )	1,066	Non Multikolinieritas
Harga ( $X_2$ )	1,404	Non Multikolinieritas
Lokasi ( $X_3$ )	1,334	Non Multikolinieritas

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2014

Hasil pengujian pada tabel 7 menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF di bawah 10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti variabel bebas dapat digunakan sebagai variabel independen.

### Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan grafik scatter plot. Jika tidak terdapat pola yang teratur pada titik-titik residualnya serta titik-titik menyebar maka dapat disimpulkan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas (Wibowoc). **Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas**



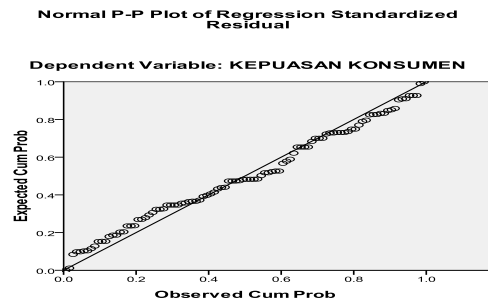
Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Gambar 2 menunjukkan grafik *scatterplot* yang ditampilkan untuk uji heteroskedastisitas menampakkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi tersebut layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y) berdasarkan variabel independen Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Lokasi ( $X_3$ ).

### Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan pengujian terhadap nilai residual, dalam penelitian ini menggunakan P-P Plot.





**Gambar 3 Uji Normalitas**

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2014*

Gambar 3 menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis-garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil pengujian regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	2.104	1.462		1.439	.153
	Kualitas Produk	.163	.058	.172	2.788	.006
	Harga	.551	.075	.518	7.313	.000
	Lokasi	.316	.063	.347	5.028	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

*Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014*

Tabel 8, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,104 + 0,163X_1 + 0,551 X_2 + 0,316 X_3$$

1. Nilai konstanta sebesar 2,104 artinya jika variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Lokasi ( $X_3$ ) dianggap 0 (nol) atau tidak diterapkan maka Kepuasan Konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado sebesar 2,104.
2. Koefisien regresi Kualitas Produk sebesar 0,163 artinya jika kualitas produk meningkat sebesar 1 skala dalam jawaban responden maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen pada pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado, sebesar 0,163 satuan dengan asumsi variabel - variabel lain dianggap tetap atau konstan.
3. Koefisien regresi Harga sebesar 0,551 artinya jika harga meningkat sebesar 1 skala dalam jawaban responden maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado, sebesar 0,551 satuan dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap tetap atau konstan.
4. Koefisien regresi Lokasi sebesar 0,316 artinya jika lokasi meningkat sebesar 1 skala dalam jawaban responden, maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado sebesar 0,316 satuan dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap tetap atau konstan.
5. Dengan demikian dapat dilihat bahwa variabel yang paling dominan yang mempengaruhi peningkatan kepuasan konsumen adalah Harga, karena mempunyai kontribusi yang lebih besar dari pada Kualitas Produk dan Lokasi.

**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )****Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 <sup>a</sup>	.656	.646	1.481

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

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2014

Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai *R Square* merupakan nilai yang digunakan untuk melihat sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Nilai *R Square* sebesar 0,656 artinya adalah 65,6 % kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, harga dan lokasi sementara 34,4 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Uji F****Tabel 10. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>b</sup>						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	402.255	3	134.085	61.126	.000 <sup>a</sup>
	Residual	210.585	96	2.194		
	Total	612.840	99			

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

B. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2014

Tabel 10 menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 61,126 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,699. Ini berarti bahwa  $F_{hitung} 61,126 > F_{tabel} 2,699$

dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,005$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga variabel kualitas produk, harga dan lokasi secara bersama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado diterima.

**Uji t****Tabel 11 Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.104	1.462		1.439	.153
	Kualitas Produk	.163	.058	.172	2.788	.006
	Harga	.551	.075	.518	7.313	.000
	Lokasi	.316	.063	.347	5.028	.000

**Tabel 11 Hasil Uji t**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized	Standardized	T	Sig.	
		Coefficients	Coefficients			
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.104	1.462		1.439	.153
	Kualitas Produk	.163	.058	.172	2.788	.006
	Harga	.551	.075	.518	7.313	.000
	Lokasi	.316	.063	.347	5.028	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2014

Tabel 11 menunjukkan bahwa nilai t sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,788 dengan tingkat signifikan sebesar 0,006. Nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,788 > 1,985$ ) atau  $0,006 < 0,05$ , hingga  $H_0$  ditolak artinya secara parsial variabel kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado bila variabel bebas lain tetap nilainya. Dengan demikian hipotesis diterima.
2. Variabel Harga ( $X_2$ ) nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,313 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,313 > 1,985$ ) atau sig 0,000 < 0,05, hingga  $H_0$  ditolak artinya secara parsial variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado bila variabel bebas lain tetap nilainya. Dengan demikian hipotesis diterima.
3. Variabel Lokasi ( $X_3$ ) nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,028 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,028 > 1,985$ ) atau sig 0,000 < 0,05, hingga  $H_0$  ditolak artinya secara parsial variabel lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado bila variabel bebas lain tetap nilainya. Dengan demikian hipotesis diterima.

### Pembahasan

Analisis terhadap data penelitian telah dilakukan melalui proses analisis yang sistematis. Alat analisis dengan regresi linier ganda telah memenuhi persyaratan analisis yaitu uji asumsi klasik sehingga hasil analisis dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Dari hasil analisis terdapat dua temuan pokok yaitu mengenai pengaruh simultan dan pengaruh parsial.

### Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado.

Hasil pengujian menunjukkan adanya jumlah atau persentase sumbangan pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado, sebesar nilai koefisien determinasi yang disesuaikan ( $R^2$  square) = 0,656 artinya adalah 65,6 % kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, harga dan lokasi sementara 34,4 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Adi (2012) yang menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan bukti bahwa pengalaman konsumen dalam membeli produk akan menghasilkan penilaian konsumen terhadap produk tersebut. Apabila kualitas produk dari warung-warung

makan Lamongan dapat memuaskan keinginan konsumen maka konsumen akan memberikan penilaian yang baik terhadap produk tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Haryanto (2013) yang menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran cepat saji McDonald's Manado.

### **Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa harga makanan yang ditawarkan oleh pengelola warung-warung makan Lamongan kepada konsumen kompetitif, terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diberikan merupakan salah satu cara untuk memuaskan konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Rondonuwu (2013) yang menyimpulkan bahwa harga, berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna mobil nissan march pada PT. Wahana Wirawan Manado.

### **Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa pemilihan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau merupakan faktor penentu terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini konsumen menilai bahwa lokasi warung-warung makan Lamongan di kota Manado merupakan lokasi yang strategis, dekat dengan pusat perbelanjaan, mudah dijangkau kendaraan dan ketersediaan lokasi yang dapat menjangkau konsumen sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Wulandari (2013) yang menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan konsumen pada kopikita Semarang.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Kualitas Produk, Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga variabel Kualitas Produk, Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado dapat diterima.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.
3. Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.
4. Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

### **SARAN**

Penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi para pengelola warung-warung Makan Lamongan di kota Manado, sebaiknya meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan seperti kualitas rasa makanan, kebersihan/higienis, kualitas atau tampilan dan variasi menu, mengingat koefisien kualitas produk yang ditawarkan masih rendah dimata konsumen, dengan meningkatkan kualitas produk maka nilai kepuasan konsumen akan menjadi lebih baik sehingga bisa menarik pelanggan dan mempertahankannya sehingga konsumen tidak akan berpindah pada pesaing lainnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya perlu dilakukan pengkajian dengan cara memperdalam atau mengembangkan variabel penelitian seperti kualitas produk, harga dan lokasi, sehingga dapat diperoleh variabel-variabel lain yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adi, Albertus Ferry Rostya, 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *ejournal undip*, <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/dbr>. Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012. Diakses 31 Juli 2014. Hal 1-9.
- Ardhana, Oldy, 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang). *Skripsi*, <http://eprints.undip.ac.id/22960/1/Skripsi.PDF>. Diakses 31 Juli 2014.
- Assauri, Sofjan, 2012. *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Haryanto, Resty Avita, 2013. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald's Manado. *Jurnal EMBA*, <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/2923/2474>. ISSN 2303-1174 Vol.1 No.4 Desember 2013. Diakses 31 Juli 2014. Hal. 1465-1473.
- Kotler, Philip and Kevin L. Keller, 2009a. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.  
\_\_\_\_\_, 2009b. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Garry Armstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 12. Erlangga. Jakarta.
- Rondonuwu, Priscilia D, 2013. Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada PT.Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/2755/2308>. ISSN 2303-1174 Vol.1 No.4 Desember 2014. Diakses 31 Juli 2014. Hal. 718-728.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke-16. Alfabeta. Bandung.
- Tuan, Nguyen Minh, 2012. Effects of Service Quality and Price Fairness on Student Satisfaction. Vietnam National University of Ho Chi Minh City. Vietnam. International. *Journal of Business and Social Science*, [http://ijbsnet.com/journals/Vol\\_3\\_No\\_19\\_October\\_2012/15.pdf](http://ijbsnet.com/journals/Vol_3_No_19_October_2012/15.pdf). Vol. 3 No. 19; October 2012. Diakses 31 Juli 2014. Hal 132-141.
- Umar, Husein, 2009. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Wibowo, Agung Edy, 2012. *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Gava Media. Yogyakarta.
- Wijaya,T, 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi1. Indeks. Jakarta.
- Wowor, Valdy Ronald, 2013. Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal EMBA*, <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2903>. ISSN 2303-1174 Vol.1 No.4 Desember 2013. Diakses 31 Juli 2014. Hal. 1229-1239.
- Wulandari, Nur, 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kopikita Semarang). *eJurnal undip*, <http://ejournal1.undip.ac.id/index.php/dbr>. ISSN (Online): 2337-3792 Volume 2, Nomor 2, Tahun 2013. Diakses 31 Juli 2014. Hal. 1-9.