

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan Indomaret Cabang Krakatau

Indomaret merupakan jaringan bisnis waralaba minimarket yang terbesar di Indonesia. Minimarket Indomaret menyediakan segala macam kebutuhan masyarakat mulai dari kebutuhan pokok hingga kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat sehari-hari. Saat ini Indomaret dapat ditemukan dengan mudah di seluruh daerah di Indonesia terlebih di sekitaran perumahan atau pemukiman, sekitar gedung perkantoran, jalan raya, jalan lintas daerah, dan di sekitar fasilitas umum.

Keberadaan Indomaret yang meluas ini sejalan dengan motto “mudah dan hemat” yang diusung Indomaret dengan harapan dapat memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari. Hingga saat ini gerai Indomaret di Indonesia telah mencapai lebih dari 18.000 unit dimana sekitar 38% dari seluruh unitnya diwaralabakan dan sisanya dimiliki oleh PT. Indomarco Prismatama. Indomaret memiliki sejumlah 17 pusat distribusi yang menyalurkan produk dagang 4.800 bahkan lebih jenis produk ke seluruh cabang Indomaret di Indonesia.

PT.Indomarco Prismatama merupakan perusahaan ritel swasta yang mengelola jaringan minimarket di Indonesia bernama Indomaret

dengan akta notaris nomor 207, tanggal 21 November 1988 oleh Bapak Benny Kristianto dan SIUP No.789/ 0902/PB/XII/ 88 tertanggal 20 Desember 1988.

4.1.2 Visi dan Misi Indomaret Cabang Krakatau

Visi merupakan sebuah pandangan jangka panjang tentang impian, cita-cita, tujuan, atau bagaimana arah perusahaan akan bergerak. Visi yang diusung oleh PT. Indomarco Prismatama dalam membangun Indomaret yaitu “Menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global.

Misi ialah kegiatan atau upaya yang dilakukan perusahaan dalam mewujudkan visi yang telah ditentukan. Misi biasanya berupa kegiatan langsung yang dapat dikerjakan oleh anggota organisasinya agar visi dapat dipastikan tercapai. Misi Indomaret ialah “Meningkatkan kualitas pelayanan yang terbaik sehingga kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama yang dapat terpenuhi.

4.1.3 Logo Indomaret Cabang Krakatau

Logo merupakan bentuk visual, atau presentasi dari brand yang selalu berkaitan dengan organisasi/perusahaan tertentu sebagai identitas dari organisasi/perusahaan tersebut.



Gambar 4.1 Logo Perusahaan Indomaret

Logo Indomaret diatas mengandung arti antarlain berbentuk segi empat yang melengkung yang menandakan kedinamisan yang tidak terbatas serta fleksibilitas yang hendak dibangun dalam lingkungan kerja perusahaan. Lambang huruf “O” yang merupakan gabungan tiga lingkaran berwarna merah ini menjadi identitas dari perusahaan milik Salim Group yang beberapa perusahaannya menggunakan simbol ini sebagai trademark milik Salim Group seperti Indomarco

4.1.4 Strukur Organisasi Indomaret Cabang Krakatau



Gambar 4.2
Struktur Manajemen Indomaret

Pada struktur organisasi yang dirancang perusahaan, terdapat 10 departemen yang dirancang guna mengoptimalkan proses kerja perusahaan. Departemen tersebut antara lain :

a. Departemen Area

Departemen yang memiliki tanggungjawab dalam keberjalanan operasional toko.

b. Departemen Finance Regular

Bagian yang bertanggung jawab dalam hal keluar masuk uang atas toko - toko yang di miliki PT. Indomarco Prismatama sendiri.

c. Departemen Distribution Center

Sistem distribusi dirancang seefisien mungkin dengan jaringan pemasok yang handal dalam menyediakan produk yang terkenal dan berkualitas serta sumber daya manusia yang kompeten, menjadikan PT. Indomarco Prismatama memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

d. Departemen Accounting and Tax Regular

Bagian yang bertanggung jawab dalam hal menyusun laporan keuangan dan menyusun laporan pajak untuk toko-toko PT. IndomarcoPrismatamasendiri

e. Departemen Accounting and Tax Franchise

Bagian yang bertanggung jawab dalam hal menyusun laporan keuangan dan menyusun laporan pajak untuk toko - toko PT. Indomarco Prismatama yang pengelolaan sistem franchise/waralaba.

4.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Pada bagian ini akan dibahas mengenai gambaran karakteristik responden berdasarkan usia responden dan jenis kelamin. Penelitian ini dilakukan peneliti yaitu bulan Mei 2023 sampai bulan September 2023 dengan jumlah sampel 100 responden yang dapat menggunakan metode lemeshow, penelitian ini dilakukan di Indomaret Cabang Krakatau yang berlokasi di Jl. Krakatau, Medan, Kota Medan.

4.3 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden

Adapun usia responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini untuk mengetahui jumlah tingkat persentase berdasarkan jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden

Usia Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 tahun	13	13.0	13.0	13.0
	31-45 tahun	83	83.0	83.0	96.0
	46-60 tahun	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji statistik berdasarkan karakteristik responden dari usia responden yang paling dominan adalah 31-45 tahun dengan jumlah responden 83 (83%) dan sisanya berumur 20-30 tahun dengan jumlah responden 13 (13%) dan 46-60 tahun dengan jumlah responden 4 (4 %).

4.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun jenis kelamin yang dijadikan sampel pada penelitian ini untuk mengetahui jumlah tingkat persentase berdasarkan jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	24	24.0	24.0	24.0
	Perempuan	76	76.0	76.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji statistik berdasarkan karakteristik responden dari jenis kelamin yakni responden yang paling dominan adalah yang berjenis kelamin perempuan dengan jumlah responden sebanyak 76 responden (76%). Dan sisanya adalah responden berjenis kelamin laki laki sebanyak 24 responden (24%).

4.5 Analisis Statistik Deskriptif Variabel

4.5.1 Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen pada Indomaret Cabang Krakatau dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 responden sebagai berikut.

Tabel 4.3 Skor Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan

Pernyataan	STS		TS		RR		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Pihak indomaret memiliki macam macam produk varian terbaru	16	16%	0	0	80	80%	0	0	4	4%
Pihak indomaret telah menyediakan banyak produk sesuai kebutuhan konsumen	0	0	11	11%	55	55%	28	28%	6	6%
Pihak indomaret membantu para konsumen ketika konsumen merasa kesulitan.	0	0	4	4%	51	51%	0	0	5	5%
pihak indomaret Cepat dalam melayani konsumen (dalam keadaan ramai ataupun tidak)	0	0	6	6%	30	30%	60	60%	4	4%
pihak indomaret Memberikan jaminan keamanan bagi para konsumen.	0	0	38	38%	56	56%	0	0	6	6%
pihak indomaret menjamin memberikan kualitas pelayanan dilapangan	0	0	20	20%	37	37%	42	42%	1	1%
Pihak indomaret memiliki kesungguhan dalam merespon konsumen	2	2%	36	36%	20	20%	32	32%	10	10%
Pihak indomaret Mudah dalam memahami kebutuhan para konsumen	0	0	24	24%	29	29%	45	45%	2	2%
Pelayanan yang diberikan oleh pihak indomaret sangat memuaskan	0	0	26	26%	33	33%	36	36%	5	5%
Saya merasa karyawan indomaret memberikan pelayanan dengan cepat	0	0	10%	0	45	45%	0	0	0	0

Sumber: Data Uji SPSS 25

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Pihak indomaret memiliki macam macam varian terbaru.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 80 responden (80%).
2. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Pihak indomaret telah menyediakan banyak produk sesuai kebutuhan konsumen.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 55 responden (55%).

3. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Pihak indomaret membantu para konsumen ketika konsumen merasa kesulitan.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 51 responden (51%).
4. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Pihak indomaret Cepat dalam melayani konsumen (dalam keadaan ramai ataupun tidak).” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab setuju dengan jumlah 60 responden (60%).
5. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Pihak indomaret Memberikan jaminan keamanan bagi para konsumen.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 56 responden (56%).
6. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “pihak indomaret menjamin memberikan kualitas pelayanan dilapangan.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab setuju dengan jumlah 42 responden y(42%).
7. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Pihak indomaret memiliki kesungguhan dalam merespon konsumen.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab tidak setuju dengan jumlah 36 responden (36%).
8. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Pihak indomaret Mudah dalam memahami kebutuhan para konsumen.” maka dapat

disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab setuju dengan jumlah 45 responden (45%).

9. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Pelayanan yang diberikan oleh pihak indomaret sangat memuaskan.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab setuju dengan jumlah 36 responden (36%).
10. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Saya merasa karyawan indomaret memberikan pelayanan dengan cepat.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 45 responden (45%).

4.5.2 Statistik Deskriptif Harga

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen pada konsumen Swalayan Indomaret Cabang Indomaret dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 responden sebagai berikut.

Tabel 4.4 Skor Jawaban Variabel Harga

Pernyataan	STS		TS		RR		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Harga pada setiap produk yang di jual oleh pihak indomaret terjangkau	0	0	14	14%	59	59%	22	22%	5	5%
Saya merasa harga produk yang di jual oleh indomaret sangat terjangkau dan memenuhi harapan saya	4	4%	33	33%	16	16%	29	29%	18	18%
Harga yang di jual oleh pihak indomaret sesuai dengan manfaat produk	2	2%	39	39%	38	38%	14	14%	7	7%
Saya merasa produk yang di jual oleh indomaret sesuai dengan harga dan kualitas	26	26%	23	23%	16	16%	17	17%	18	18%

Saya merasa harga produk di rak dan di kasir sama	3	3%	15	15%	43	43%	15	15%	24	24%
Saya merasa harga di indomaret ini sesuai dengan kebutuhan	0	0	3	3%	55	55%	23	23%	19	19%
Saya merasa harga produk di indomaret sesuai dengan produk yang di tawarkan	26	26%	43	43%	13	13%	4	4%	14	14%
Karyawan indomaret memberikan informasi terkait dengan barang (produk) yang ada promo	12	12%	20	20%	34	34%	2	2%	32	32%
Saya merasa tidak ada perbedaan harga promo dirak dan dikasir	11	11%	31	31%	35	35%	17	17%	6	6%
Karyawan indomaret menginformasikan harga produk lengkap dan benar	14	14%	10	10%	16	16%	34	34%	26	26%

Sumber: Data Uji SPSS 25

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Harga pada setiap produk yang di jual oleh pihak indomaret terjangkau.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 59 responden (59%).
2. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Saya merasa harga produk yang di jual oleh indomaret sangat terjangkau dan memenuhi harapan saya.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab tidak setuju dengan jumlah 33 responden (33%).
3. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Harga yang di jual oleh pihak indomaret sesuai dengan manfaat produk.” maka dapat

disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab tidak setuju dengan jumlah 39 responden (39%).

4. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Saya merasa produk yang di jual oleh indomaret sesuai dengan harga dan kualitas.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab sangat tidak setuju dengan jumlah 26 responden (26%).
5. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Saya merasa harga produk di rak dan di kasir sama.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 43 responden (43%).
6. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Saya merasa harga di indomaret ini sesuai dengan kebutuhan .” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 55 responden (55%).
7. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Saya merasa harga produk di indomaret sesuai dengan produk yang di tawarkan.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 43 responden (43%).
8. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Karyawan indomaret memberikan informasi terkait dengan barang (produk) yang ada promo.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling

dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 34 responden (34%).

9. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Saya merasa tidak ada perbedaan harga promo dirak dan dikasir.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 35 responden (35%).
10. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Karyawan indomaret menginformasikan harga produk lengkap dan benar.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab tidak setuju dengan jumlah 34 responden (34%).

4.5.3 Statistik Deskriptif Lokasi

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen pada konsumen Swalayan Indomaret Cabang Indomaret dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 responden sebagai berikut.

Tabel 4.5 Skor Jawaban Variabel Lokasi

Pernyataan	STS		TS		RR		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Letak indomaret di krakatau ini terletak di lokasi strategis	0	0	27	27%	37	37%	20	20%	16	16%
Lokasi indomaret krakatau dekat dengan pemukiman warga	0	0	23	23%	55	55%	15	15%	7	7%
Mudah memperoleh sarana transportasi untuk berbelanja di indomaret krakatau	3	3%	78	78%	14	14%	1	1%	4	4%
Papan nama indomaret krakatau terpasang dengan jelas sehingga mudah ditemukan	0	0	19	19%	58	58%	10	10%	13	13%
Lokasi indomaret krakatau yang sering dilalui konsumen	0	0	48	48%	37	37%	3	3%	12	12%
Tempat lokasi indomaret krakatau dapat di lihat dengan	0	0	9	9%	68	68%	41	41%	9	9%

jelas karena berdekatan dengan jalan angkutan umum										
Lokasi indomaret krakatau bebas dari pungli parkir	0	0	50	50%	30	30%	10	10%	10	10%
Pihak indomaret krakatau menjamin keamanan parkir	0	0	9	9%	44	44%	26	26%	21	21%
Konsumen merasa nyaman dengan suasana saat berada di indomaret krakatau	0	0	11	11%	48	48%	41	41%	0	0
Pihak Indomaret telah menyediakan tempat duduk bagi konsumen indomaret krakatau	0	0	51	51%	27	27%	18	18%	4	4%

Sumber: Data Uji SPSS 25

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Letak indomaret di krakatau ini terletak di lokasi srategis.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 37 responden (37%).
2. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Lokasi indomaret krakatau dekat dengan pemukiman warga.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 55 responden (55%).
3. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Lokasi indomaret krakatau dekat dengan pemukiman warga.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab tidak setuju dengan jumlah 78 responden (78%).
4. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Papan nama indomaret krakatau terpasang dengan jelas sehingga mudah ditemukan.”

maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 58 responden (58%).

5. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Lokasi indomaret krakatau yang sering dilalui konsumen.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab tidak setuju dengan jumlah 48 responden (48%).
6. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Tempat lokasi indomaret krakatau dapat di lihat dengan jelas karena berdekatan dengan jalan angkutan umum.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragudengan jumlah 68 responden (68%).
7. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Lokasi indomaret krakatau bebas dari pungli parkir.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab tidak setuju dengan jumlah 50 responden (50%).
8. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Pihak indomaret krakatau menjamin keamanan parkir.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 44 responden (44%).
9. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Konsumen merasa nyaman dengan suasana saat berada di indomaret krakatau.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 48 responden (48%).

10. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Pihak Indomaret telah menyediakan tempat duduk bagi konsumen indomaret krakatau.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab tidak setuju dengan jumlah 51 responden (51%).

4.5.4 Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen pada konsumen Swalayan Indomaret Cabang Indomaret dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 responden sebagai berikut.

Tabel 4.6 Skor Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen

Pernyataan	STS		TS		RR		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Karyawan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen indomaret krakatau	0	0	20	20%	79	79%	0	0	1	1%
Konsumen merasa puas dengan fasilitas yang ada di indomaret krakatau	2	2%	39	39%	17	17%	39	39%	3	3%
Saya membeli produk indomaret krakatau secara berulang karena barangnya lengkap	0	0	29	29%	17	17%	52	52%	2	2%
Karyawan selalu merekomendasikan produk yang ada promonya sehingga konsumen tertarik dengan produk indomaret krakatau	2	2%	52	52%	14	14%	15	15%	17	17%
Produk yang disediakan sesuai dengan keinginan konsumen pada indomaret krakatau	0	0	29	29%	17	17%	52	52%	2	2%
Saya tidak akan beralih kepada indomaret lain karena kualitas produk yang memuaskan dari indomaret krakatau	0	0	15	15%	64	64%	0	0	21	21%
Merekomendasikan produk indomaret krakatau kepada orang lain karna barangnya lengkap	0	0	3	3%	55	55%	36	36%	6	6%
Merekomendasikan indomaret krakatau kepada orang lain karna	0	0	61	61%	13	13%	14	14%	12	12%

fasilitas memadai dan lengkap										
Berminat untuk kembali berkunjung karena banyak produk yang sesuai diminati konsumen	0	0	30	30%	45	45%	22	22%	3	3%
Konsumen merasa puas berbelanja di indomaret krakatau	0	0	7	7%	23	23%	70	70%	0	0

Sumber: Data Uji SPSS 25

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Karyawan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen indomaret krakatau.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 79 responden (79%).
2. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Konsumen merasa puas dengan fasilitas yang ada di indomaret krakatau.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab tidak setuju dan setuju dengan jumlah 39 responden (39%).
3. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Saya membeli produk indomaret krakatau secara berulang karena barangnya lengkap.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab setuju dengan jumlah 52 responden (52%).
4. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Karyawan selalu merekomendasikan produk yang ada promonya sehingga konsumen tertarik dengan produk indomaret krakatau.” maka

dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab tidak setuju dengan jumlah 52 responden (52%).

5. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Produk yang disediakan sesuai dengan keinginan konsumen pada indomaret krakatau.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab setuju dengan jumlah 52 responden (52%).
6. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Produk yang disediakan sesuai dengan keinginan konsumen pada indomaret krakatau.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 64 responden (64%).
7. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Merekomendasikan produk indomaret krakatau kepada orang lain karna barangnya lengkap.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 55 responden (55%).
8. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Merekomendasikan produk indomaret krakatau kepada orang lain karna barangnya lengkap.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab tidak setuju dengan jumlah 61 responden (61%).
9. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Berminat untuk kembali berkunjung karena banyak produk yang sesuai diminati

konsumen.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab ragu-ragu dengan jumlah 45 responden (45%).

10. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Konsumen merasa puas berbelanja di indomaret krakatau.” maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjawab setuju dengan jumlah 70 responden (70%).

4.1.7 Uji Asumsi Klasik

4.1.7.1 Uji Normalitas (Uji Kolmogorov Smirnov)

Tabel 4.7 Uji Normalitas (Uji Kolmogorov Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.52304777
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.064
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.090 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel output SPSS Kolmogorov-Smirnov diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,090 lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

4.1.7.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	21.300	3.335			
	Kualitas Pelayanan	-.560	.111	-.714	.337	2.963
	Harga	.974	.148	.772	.497	2.012
	Lokasi	-.064	.098	-.077	.484	2.066

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Dari tabel uji multokolinearitas diatas dapat dijelaskan bahwa :

1. Ketentuan nilai tolerance $> 0,10$ yaitu untuk variabel kualitas pelayanan dengan nilai 0,337 yang berarti $0,337 > 0,10$, variabel harga dengan nilai 0,497 yang berarti $0,497 > 0,10$ dan variabel lokasi dengan nilai 0,484 yang berarti $0,484 > 0,10$. Maka hal ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.
2. Dengan nilai VIF < 10 untuk variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar 2,963 yang berarti $2,963 < 10$, untuk variabel harga dengan nilai VIF sebesar 2,012 yang berarti $2,012 < 10$, untuk variabel lokasi dengan nilai VIF sebesar 2,066 yang berarti $2,066 < 10$, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi sehingga data dikatakan baik dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

4.1.7.3 Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.9 Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.513	1.983		3.283	.001
	Kualitas Pelayanan	-.029	.057	-.073	-.507	.614
	Harga	-.111	.094	-.175	-1.186	.238
	Lokasi	-.007	.023	-.031	-.298	.766

a. Dependent Variable: Abs

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil output tabel uji glejser diatas dapat dilihat bahwa nilai sig. pada variabel kualitas pelayanan yaitu 0,614 yang artinya bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dengan ketentuan sig > dari 0,05, kemudian pada pengujian yang kedua variabel harga yaitu dengan nilai 0,238 yang artinya bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dengan ketentuan sig > dari 0,05. Dan juga yang kedua variabel ketiga lokasi yaitu dengan nilai 0,766 yang artinya bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dengan ketentuan sig > dari 0,05. Kesimpulannya adalah item pernyataan disetiap variabel tidak terjadi heterokedastisitas dengan melihat uji glejser memenuhi ketentuan > dari 0,05 maka dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

4.1.8 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.791	3.205		6.487	.000
	Kualitas Pelayanan	-.604	.093	-.760	6.520	.000
	Harga	.930	.151	.736	6.150	.000
	Lokasi	.043	.037	.099	1.164	.247
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Persamaan regresinya dari nilai-nilai diatas adalah :

$$Y = 20,791 + -0,604X_1 + 0,930X_2 + 0,043X_3 + e$$

Keterangan:

1. Dari persamaan regresi ini menunjukkan nilai a atau konstanta sebesar 20,791 yang artinya kualitas pelayanan, harga dan lokasi dalam keadaan konstan adalah 20,791.
2. Dari persamaan regresi ini menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi $b_1 = -0,604$ menunjukkan apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan 100% maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan konsumen sebesar -60,4%.
3. Dari persamaan regresi ini menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi $b_2 = 0,930$ menunjukkan apabila harga mengalami kenaikan 100% maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan konsumen sebesar 93%.
4. Dari persamaan regresi ini menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi $b_3 = 0,043$ menunjukkan apabila lokasi mengalami

kenaikkan 100% maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan konsumen sebesar 4,3%.

Berdasarkan nilai-nilai regresi untuk variabel bebas disimpulkan bahwa yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen adalah nilai variabel harga(X2) sebesar 93%.

4.1.9 Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.791	3.205		6.487	.000
	Kualitas Pelayanan	.604	.093	-.760	6.520	.000
	Harga	.930	.151	.736	6.150	.000
	Lokasi	.043	.037	.099	1.164	.247

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Dalam uji t menggunakan tingkat signifikan (α)= 5% atau 0,05, kriteria pengambilan keputusan ditentukan sebagai berikut:

- Jika t hitung > t tabel maka H1 diterima
- Jika t hitung < t tabel maka H1 ditolak

$$\text{Rumus : } n - k (100-4) = 96$$

$$\text{Nilai } t_{\text{tabel}} = 1,984$$

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis yaitu t hitung > t tabel untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 5% yaitu diketahui n-k

yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable independent = $100-4= 96$. Nilai t tabel untuk $n= 96$ adalah 1,984. Dari tabel diatas dapat dilihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai t hitung $6,520 > t$ tabel 1,984. Maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H_1 diterima yang berarti secara parsial kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis yaitu t hitung $> t$ tabel untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 5% yaitu diketahui $n-k$ yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable independent = $100-4= 96$. Nilai t tabel untuk $n= 96$ adalah 1,984. Dari tabel diatas dapat dilihat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai t hitung $6,150 > t$ tabel 1,984. Maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H_2 diterima yang berarti secara parsial harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis yaitu t hitung $> t$ tabel untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 5% yaitu diketahui $n-k$

yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable independent = $100-4= 96$. Nilai t tabel untuk $n= 96$ adalah 1,984. Dari tabel diatas dapat dilihat pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai t hitung $1,164 < t$ tabel 1,984. Maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H_3 ditolak yang berarti secara parsial lokasi tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4.1.10 Uji Simultan (Uji f)

Tabel 4.12 Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	361.650	3	120.550	19.209	.000 ^b
	Residual	602.460	96	6.276		
	Total	964.110	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan, Harga						

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Dari tabel diatas dapat diketahui: $n-k$

$$Df = n-k-1=100-4-1=95$$

$$F_{\text{tabel}} = 2,47$$

$$F_{\text{hitung}} = 19,209$$

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai f hitung= 19,209 sedangkan nilai f tabel pada $\alpha = 0,05$ dengan $n = 95$ diperoleh nilai f hitung = 19,209 dari hasil ini diketahui f hitung $> f$ tabel yaitu $19,209 > 2,47$. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas

pelayanan (X1) harga (X2) dan lokasi (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret Cabang Krakatau.

4.1.11 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.612 ^a	.375	.356	2.505
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan, Harga				

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Maka berdasarkan hasil tabel diatas maka diketahui nilai koefisien determinasi atau *R square* adalah 0, 375 sama dengan 37,5%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 37,5% ,dan sisanya sebesar 62,5% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 5% yaitu diketahui $n-k$ yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable independent = $100-4= 96$. Nilai t tabel untuk $n= 96$ adalah 1,984. Dari tabel diatas dapat dilihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai t hitung $6,520 > t$ tabel 1,984. Maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H_1 diterima yang

berarti secara parsial kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kasmir (2019) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut Irwan (2008:3) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Pelanggan puas setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa.

Dalam kualitas pelayanan beberapa indikator yang harus diperhatikan antara lain bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Dari semua indikator tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Seperti halnya dalam penelitian Imroatul Khansanah dan Octarina Dina Pertiwi yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan gustriani (2021), dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BTN Batara.

4.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 5% yaitu diketahui $n-k$ yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable independent = $100-4= 96$. Nilai t_{tabel} untuk $n= 96$ adalah 1,984. Dari tabel diatas dapat dilihat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai $t_{hitung} 6,150 > t_{tabel} 1,984$. Maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H_2 diterima yang berarti secara parsial harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dalam mengkonsepkan suatu harga tentu mempunyai banyak elemen, menurut kotler pada dasarnya harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran atau marketing mix yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lain mendapatkan biaya seperti yang di ungkapkan oleh kotler, bahwa harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi, atau sering dikenal dengan istilah empat P (*price, product, place* dan *promotion*). Harga bagi suatu usaha/badan usaha menghasilkan pendapatan (*income*).

Dari pembahasan ini menunjukkan bahwa masih perlu dilakukannya upaya-upaya untuk terus meningkatkan kepuasan konsumen dengan melakukan penetapan harga yang sesuai. Penetapan

harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal ini terjadi ketika adanya pengembangan atau memperoleh produk yang baru.

Penelitian dikemukakan oleh Rahmat (2019) menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun pada penelitian ini variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dikarenakan sesuai dengan jawaban responden menyatakan bahwa harga masih belum sesuai dengan kualitas produk makanan dan minumannya.

4.2.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 5% yaitu diketahui $n-k$ yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable independent = $100-4= 96$. Nilai t_{tabel} untuk $n= 96$ adalah 1,984. Dari tabel diatas dapat dilihat pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai $t_{hitung} 1,164 < t_{tabel} 1,984$. Maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H_3 ditolak yang berarti secara parsial lokasi tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk berpindah produk dari produsen ke konsumen. Menurut Lopyoadi Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan

dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Komponen yang menyangkut lokasi 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 lainnya.

Lokasi usaha adalah hal terpenting yang harus diperhatikan dan dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha adalah aset jangka panjang dan akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri.

Hasil penelitian ini berbeda dengan peneliti sebelumnya oleh wulandari mengenai lokasi terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitiannya menunjukkan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Lokasi yang baik menjamin akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar pelanggan dan cukup kuat untuk mengubah pola pembelian pelanggan, selain itu respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi.

4.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai f hitung = 19,209 sedangkan nilai f tabel pada $\alpha = 0,05$ dengan $n = 96$ diperoleh

nilai f hitung = 19,209 dari hasil ini diketahui f hitung $>$ f tabel yaitu $19,209 > 2,70$. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) harga (X2) dan lokasi (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret Cabang Krakatau.

Munurut Rahmayanty dalam (Arianty, 2019:74) mengatakan bahwa salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensi perusahaan dan pesaing, kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

