

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

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

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

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

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

## KESIMPULAN

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

## DAFTAR RUJUKAN

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