

## PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PANJI SPORT SURABAYA

**Rendra Pandu Gustomo**  
rendra190899@gmail.com  
**Dewi Urip Wahyuni**

**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya**

### **ABSTRACT**

*This study aims to test the impact of the price, the location, the facilities on the customers satisfaction in panji sport Surabaya. The customer's satisfaction is one of the business goals from the companies, which possibly impacts the companies continuity. The population of this study are the customers who experience on purchasing products in that sport store. The competition of the sport store business is getting tight, it makes the price, the location and the facilities are the level of excellence which customers expect. If the price, the location and the facilities meet the customer's expectation, it will lead to their satisfaction. This study aims to test the impact of the price, the location, the facilities on the customer's satisfaction in panji sport surabaya. The population of this study are infinite. The result of this study indicates the price, the location, the facilities give positive and significant impacts to the customer's satisfaction, so panji sport surabaya is expected to pay more attention on stabilizing the strategy for the price, the location, the facilities since they will impact the level of the customers satisfaction.*

*Keyword: price, location, facilities, customer's satisfaction.*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, lokasi, fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Panji Sport Surabaya. Kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan bisnis dari perusahaan yang bisa berdampak pada keberlangsungan perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian pada toko olahraga tersebut. Persaingan bisnis toko olahraga semakin ketat hal ini menjadikan harga, lokasi, dan fasilitas merupakan tingkat keunggulan yang di harapkan pada pelanggan. Apabila harga, lokasi, dan fasilitas diterima dan dirasakan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan maka dapat menimbulkan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Panji Sport Surabaya. Populasi yang digunakan tidak diketahui secara pasti atau bersifat *infinite*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Non probability sampling* dan penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi, dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen untuk itu Panji Sport Surabaya diharapkan lebih memperhatikan dalam strategi penetapan harga, lokasi, dan fasilitas karena dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Kata kunci: harga, lokasi, fasilitas, kepuasan konsumen.

### **PENDAHULUAN**

Persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, khususnya dibidang usaha ritel sepatu dan perlengkapan olahraga. Hal ini ditandai dengan banyaknya jenis pemilik usaha ritel yang beroperasi di Indonesia, mulai dari pemilik usaha ritel berskala kecil sampai pemilik usaha berskala besar. Untuk mendirikan usaha ritel juga harus memperhatikan dari berbagai aspek seperti lokasi. Tidak hanya dalam hal fisik kondisi usaha tersebut, akan tetapi produk yang dipasarkan juga harus memenuhi standar kebutuhan konsumen. Konsumen akan

menggunakan produk usaha apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan pendapatan daerah tersebut. Sehingga hal seperti ini membuat para pebisnis berusaha untuk mencari strategi yang tepat dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Namun, perubahan dalam setiap perilaku konsumen menjadi suatu kesulitan bagi pebisnis dalam memahami perilaku konsumen secara tepat dan benar.

Semakin berkembangnya zaman masyarakat sering berganti gaya hidup terutama dalam bidang olah raga, olah raga merupakan salah satu aktivitas untuk kesehatan sehingga perlu dilakukan agar badan terasa bugar dan lebih sehat. Beragam macam olah raga yang dapat dilakukan oleh beberapa masyarakat contohnya yaitu sepak bola, bola basket, badminton dan lain sebagainya, ketika berolah raga diperlukan berbagai peralatan khusus pada olah raga tertentu. Contoh peralatan khusus untuk olah raga yaitu sepatu, sepatu merupakan peralatan terpenting pada saat melakukan olah raga, hal ini disebabkan karena masyarakat berolah raga dapat dengan secara nyaman dan aman.

Toko sepatu dan perlengkapan olahraga merupakan salah satu peluang usaha yang menjanjikan bagi setiap orang, salah satunya adalah Panji *Sport* Surabaya yang berada di Jl. Raya Rungkut 135-137, Kali Rungkut, Surabaya, Toko sepatu dan perlengkapan olahraga yang mulai berdiri pada tanggal 12 Oktober 2018 ini merupakan Toko sepatu dan perlengkapan olahraga yang cukup dikenal dikarenakan sudah menjalani 2 tahun dalam usaha ritel ini. Toko sepatu dan perlengkapan olahraga sendiri beroperasi 10 Jam setiap hari pukul 12:00-22:00 WIB. Panji *Sport* Surabaya cukup dikenal hampir di setiap kalangan anak muda hingga dewasa, hal tersebut dapat dilihat sebagian besar pelanggan dari Panji *Sport* Surabaya adalah mereka yang berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa akan tetapi tidak jarang mereka yang berstatus sebagai pekerja juga berkunjung untuk mencari sepatu atau perlengkapan olahraga.

Panji *Sport* Surabaya merupakan toko sepatu yang memiliki beberapa fasilitas yang dapat membuat pelanggan merasa puas akan produk tersebut. Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang, dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa telah mendapatkan pelayanan suatu jasa dengan baik. Menurut Kotler dan Keller (2014:273) kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Artinya jika kinerja suatu perusahaan di bawah standar harapan konsumen maka dapat di katakana konsumen merasa kurang puas dengan pelayanan yang terdapat pada perusahaan tersebut sehingga dapat menjadi nilai negatif bagi perusahaan dan dapat berpengaruh pada laba yang diterima perusahaan, jika kinerja sebuah perusahaan sesuai yang diharapkan konsumen maka konsumen merasa sangat puas dengan hasil output yang di sajikan perusahaan dengan demikian profit sebuah perusahaan akan meningkat karena jika konsumen merasa puas perusahaan akan mendapatkan nilai positif dan memudahkan menarik pelanggan untuk kembali menikmati produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Harga merupakan salah satu indikasi kepuasan pelanggan dimana dengan adanya harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan maka dapat diketahui seberapa puas konsumen dengan produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan. Kotler dan Armstrong dalam Setyaningrum *et al.*, (2015:128) adalah sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau jasa, secara lebih luas dikatakan harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan konsumen untuk memperoleh keuntungan atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Sunyoto (2015:176) lokasi yang strategis dimana banyak calon pembeli, dalam artian lokasi ini mudah dijangkau, mudah dilihat konsumen dan lokasi yang banyak dilalui target konsumen yang berpotensi membeli produk atau jasa yang di jual. Keberadaan lokasi yang mudah diakses akan menjadi pertimbangan dan faktor pendorong seorang konsumen untuk melakukan

pembelian produk atau jasa. Fasilitas merupakan suatu hal yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Sulastiyono dalam Kusuma (2015: 3) fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada pada tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya.

**Tabel 1**  
**Survei Keluhan**

No	Jenis kelamin	Pekerjaan	Puas	Kurang Puas	
1	Laki-laki	Karyawan		•	
2	Laki-laki	Mahasiswa		•	
3	Laki-laki	Mahasiswa		•	
4	Perempuan	Mahasiswa	•		
5	Laki-laki	Karyawan		•	
6	Laki-laki	Karyawan		•	
7	Laki-laki	Karyawan	•		
8	Laki-laki	Mahasiswa		•	
9	Laki-laki	Mahasiswa		•	
10	Laki-laki	Mahasiswa	•		
		Total	3	7	10

Sumber : Survei pelanggan Panji Sport Surabaya

Tabel 1 dapat dilihat bahwa yang dilakukan oleh peneliti kepada pelanggan pada Panji Sport Surabaya pada tanggal 31 Oktober 2020 dan 1 November 2020 untuk mendapat keluhan awal terdapat sebanyak 10 orang pelanggan Panji Sport Surabaya. Terdapat 7 orang yang mengatakan kurang puas terhadap Panji Sport Surabaya mengatakan bahwa dari segi lokasi minimnya ketersediaan parkir bagi konsumen yang membawa mobil sehingga parkir hampir di bahu jalan umum sehingga dari segi lokasi pelanggan kurang puas.

Pada Panji Sport Surabaya harga kurang bersaing dengan toko sepatu dan peralatan olahraga yang sudah terkenal dikarenakan Panji Sport Surabaya merupakan pemain baru. Panji Sport Surabaya dari segi fasilitas bahwa banyak pelanggan merasa bahwa kurang nyaman dikarenakan jika siang akan terasa sangat pengap dan panas ketika sedang memilih-milih barang sehingga konsumen merasa kurang puas. Terdapat keluhan pelanggan yang terjadi pada kepuasan pelanggan Panji Sport Surabaya ditinjau dari terdapat adanya kesenjangan peneliti yang terjadi penelitian terdahulu pada harga, lokasi, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan serta didukung dengan data survei awal yang dilakukan oleh peneliti diantaranya juga terdapat masalah harga, lokasi, dan fasilitas yang menjadi pelanggan Panji Sport Surabaya kurang puas.

Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Glatio dan Suprihadi (2018) menunjukkan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kafe Pohon Kopi, sedangkan menurut penelitian Setyandi dan Satrio (2018) harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Starbucks East Coast Center Surabaya. Sugita dan Agustin (2018) bahwa lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen aiola eatery Surabaya, sedangkan menurut penelitian Anshar (2019) lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang pada JNE Gunung Anyar Surabaya. Ema dan Rino (2017) fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Perumahan Sambirejo regency, sedangkan menurut Endang dan Laily (2017) fasilitas dan kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan penumpang di terminal Rajekwesi Bojonegoro.

Berdasarkan pada latar belakang yang telah di jelaskan diatas penelitian objek di bidang sepatu dan perlengkapan olahraga memiliki dimensi luas karena seiring dengan perkembangan zaman selalu ada hal baru untuk diteliti, sehingga penulis tertarik untuk

melakukan penelitian dibidang tersebut, maka penelitian ini mengambil judul □Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Panji Sport Surabaya□. Dan dapat diuraikan pokok permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Panji Sport Surabaya, 2) Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Panji Sport Surabaya, dan 3) Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap Panji Sport Surabaya. Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Untuk mengkaji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Panji Sport Surabaya, 2) Untuk mengkaji pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Panji Sport Surabaya, dan 3) Untuk mengkaji pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Panji Sport Surabaya.

## TINJAUAN TEORITIS

### Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok dan merupakan faktor penting yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai sebuah tujuan perusahaan yaitu dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk berkembang dan mendapatkan sebuah keuntungan sesuai dengan target perusahaan. Maka dari itu kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan pelanggan agar tetap perusahaan tersebut berjalan terus atau konsisten. Pengertian pemasaran Kotler dan Armstrong (2012:9) adalah proses sosial dan manajerial dimana terdapat individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai pada pihak lain. Berdasarkan definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pemasaran mempunyai arti yang sangat luas bukan daripada hanya sebuah penjualan, pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan maupun keinginan konsumen yang perlu adanya kepuasan yang timbul pada konsumen, menentukan harga produk yang sesuai, membuat fasilitas yang membuat nyaman konsumen, serta menentukan lokasi yang tepat agar tercapainya sebuah kegiatan pemasaran yang maksimal.

### Produk

Menurut Tjiptono (2015:231) menyatakan bahwa produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Sedangkan menurut Swastha (2014:94) mendefinisikan bahwa produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise, perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Dari definisi diatas dapat kami simpulkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang diciptakan oleh sebuah perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

### Harga

Harga adalah salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena mencakup empat bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat, promosi. Harga menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari sebuah penjualan produk baik berupa barang atau jasa. Kotler (2013:132) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan sebuah produk yang diinginkan konsumen. Definisi diatas dapat disimpulkan, bahwa harga bersifat tidak

selamanya dengan demikian perusahaan juga mengikuti perkembangan harga dipasar dan juga harus mengetahui posisi perusahaan dalam situasi pasar secara keseluruhan.

### **Lokasi**

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Definisi lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Kotler dan Armstrong, 2012 (dalam Bailia, *et al.* 2014:1770) berpendapat bahwa lokasi merupakan kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan sebuah alat yang digunakan dalam mendekati pasar sasaran ada dua kemungkinan dalam hal penetapan lokasi terdapat dua cara dimana perusahaan jasa yang mendatangi konsumen ataupun konsumen mendatangi lokasi penyedia jasa dan juga bisa mengkombinasi keduanya.

### **Fasilitas**

Fasilitas adalah hal-hal yang berguna atau bermanfaat, yang berfungsi untuk mempermudah suatu kegiatan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa fasilitas adalah sesuatu yang dapat membantu Sakti & Mahfudz, (2018:3) Fasilitas merupakan peranti yang tersedia disuatu perusahaan untuk menyederhanakan fungsi. Umumnya fasilitas ini adalah hal penentuan apakah seseorang memilih dalam memanfaatkan perusahaan jasa transportasi maupun menggunakan perusahaan berbeda. Fasilitas yaitu asal muasal wujud semestinya tersedia sebelum mempromosikan layanan ke konsumen. Fasilitas kenyamanan juga bisa menjadi hal yang memudahkan konsumen menikmati kepuasan. Munawir, (2018:208).

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan akan timbul jika suatu kebutuhan maupun keinginan pelanggan dapat dipenuhi secara maksimal dari segi produk atau jasa yang ditawarkan mempunyai kualitas yang sangat baik maka pelanggan akan timbul kepuasan, begitu juga sebaliknya apabila produk atau jasa yang ditawarkannya tidak mempunyai kualitas dan tidak dapat memenuhi keinginan pelanggan maka pelanggan akan timbul tidak kepuasan terhadap produk ataupun jasa yang diberikan. Cara melihat pelanggan merasa puas atau tidaknya yaitu dilihat dari konsumen setelah menggunakan produk atau jasa tersebut. Jika pelanggan merasa puas maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang kembali dan pelanggan tersebut akan setia terhadap produk ataupun jasa tersebut. Jika pelanggan melakukan pembelian ulang serta setia terhadap produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut maka akan berdampak pada laba perusahaan dan juga citra perusahaan mendapatkan nilai positif dari pelanggan sehingga dapat mengurangi persaingan dari produk atau jasa sejenisnya. Lupiyoadi (2014:228) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan sebuah pernyataan dalam ukuran perasaan seseorang atau hasil perbandingan dan kinerja produk jasa yang diterimanya sesuai dengan harapan. Tjiptono (2012:146) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan - harapannya.

### **PENELITIAN TERDAHULU**

Pertama, Glatio dan Suprihhadi (2018) dengan judul Pengaruh kualitas layanan, harga dan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan kafe pohon kopi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kualitas layanan, harga dan store atmosphere

terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Kualitas layanan dan store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kedua, Setyandi dan Satrio (2018) dengan judul Pengaruh harga, produk, lokasi dan promosi terhadap kepuasan pelanggan starbucks east coast center Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel harga, produk, lokasi dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Ketiga, Sugita dan Agustin (2018) dengan judul Pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kualitas produk dan lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

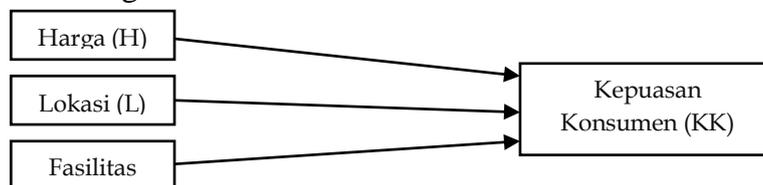
Keempat, Indriyani dan Sugiyono (2017) dengan judul Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kelima, Anshar (2019) dengan judul Pengaruh lokasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Gunung Anyar Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Lokasi, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Keenam, Nadianingrum dan Saputra (2020) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada PT. Capella Dinamik Nusantara. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Capella Dinamik Nusantara.

## RERANGKA KONSEPTUAL

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis pada penelitian ini, secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1  
Rerangka Konseptual

Dengan adanya rerangka konseptual tersebut, maka akan mempermudah penulis dalam mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dan dapat digunakan menjawab rumusan masalah yang telah dibuat pada penelitian ini.

## PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang bersifat menduga dari variabel independen terhadap dependen dan tentunya dengan diuji terlebih dahulu tentang kebenarannya. Berdasarkan perumusan masalah maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

### Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga merupakan sebagai sudut pandang konsumen pada umumnya digunakan sebagai indikator nilai dari pelanggan pada saat yang pelanggan ingin menikmati produk atau jasa yang dihasilkan oleh pelanggan. Nilai dapat diartikan sebagai rasio yang dirasakan terhadap harga. Maka dari itu jika suatu produk dengan harga yang tinggi tetapi pelanggan menilai bahwa produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan sesuai dengan ekspektasi dari seorang pelanggan maka akan meningkat pula nilai kepuasan pelanggan yang timbul dari pelanggan saat menikmati produk atau jasa tersebut, begitu pula sebaliknya pelanggan akan tidak puas terhadap produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan jika tidak ada kesesuaian antara harga serta ekspektasi pelanggan setelah merasakan produk atau jasa tersebut. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta menurut Tjiptono (2014:85) agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya yang tepat. Penetapan harga yang tepat dengan kesesuaian produk yang diterima oleh pelanggan menjadi tujuan utama perusahaan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Setyandi dan Satrio (2018) dan Indriyani dan Sugiyono (2017) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Glatio dan Suprihadi (2018) menyatakan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan adanya perbedaan pendapat antara peneliti satu dengan yang lain maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pada penelitian ini yaitu:  
H<sub>1</sub>: Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Panji Sport Surabaya.

### Hubungan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Berkaitan dengan hubungan antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan mempunyai keterkaitan yang sangat erat. Lokasi mengacu pada dimana perusahaan tersebut bertempat. Lokasi merupakan terdapat pada strategi pemasaran jasa yaitu 7P dimana lokasi menempati pada *place* sehingga lokasi juga berpengaruh penting pada hubungan antara perusahaan dengan pelanggan. Tjiptono (2014:200) lokasi perusahaan atau penyampaian jasa dimana pembayaran dilakukan. Menurut penelitian Anshar (2019) lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian lokasi berkaitan penting dengan pelanggan dalam mendapatkan produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan serta didukung tingkat kenyamanan dan keamanan lokasi dari produk barang atau jasa bermarkas semakin tingkat kenyamanan dan keamanan itu sangat bagus maka pelanggan akan timbul kepuasan pelanggan dan juga semakin dekat dengan pangsa pasar yang menjadi target perusahaan maka akan pula timbul kepuasan pelanggan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Setyandi dan Satrio (2018) dan Anshar (2019) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sugita dan Agustin (2018) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan adanya perbedaan pendapat antara peneliti satu dengan yang lain maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pada penelitian ini yaitu:  
H<sub>2</sub>: Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Panji Sport Surabaya

## Hubungan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Fasilitas merupakan suatu hal yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen agar merasa lebih nyaman. Semakin baik fasilitas yang diberikan, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen dan sebaliknya jika semakin buruk fasilitas yang diberikan maka semakin rendah kepuasan yang dirasakan konsumen. Kepuasan merupakan tingkat akhir dari pemanfaatan dengan harapan yang telah ditargetkan. Kepuasan konsumen ini dapat dikatakan merupakan titik penting dari suatu usaha oleh perusahaan jasa. Inilah hal yang dituju oleh suatu perusahaan jasa dimana pelanggan merasa ekspektasi mereka terhadap semua kualitas pelayanan dan fasilitasnya dapat terpenuhi dengan baik. Sulastiyono dalam Kusuma (2015:3) fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada pada tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nadianingrum dan Saputra (2020) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan adanya berbagai pendapat antara peneliti satu dengan yang lain maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pada penelitian ini yaitu: H<sub>3</sub>: Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Panji Sport Surabaya

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Obyek) Penelitian

#### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penelitian ini adalah dengan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014:214) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian, teori-teori melalui pengukuran variabel, penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian ini dilakukan dengan cara survey untuk mengumpulkan data-data secara kualitatif dengan menggunakan Skala *likert* kepada responden yang akan diteliti alat yang digunakan untuk melakukan survey yaitu dengan menyebarkan kuisioner ataupun wawancara untuk mendapatkan tanggapan responden dan juga dapat memperoleh fakta-fakta dari gejala yang ada untuk mencari data secara factual.

#### Gambaran dari Populasi (Objek)

Menurut sugiyono Menurut Sugiyono (2014:61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menikmati produk maupun jasa yang diberikan Panji Sport Surabaya yang bertempat di Jalan Raya Kalirungkut no 137 Surabaya dan dilihat dari jumlahnya termasuk dalam populasi yang tidak diketahui secara pasti (*infinite*).

#### Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2012:301). Penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sugiyono (2012:126) *purposive sampling* adalah teknik penentuan dengan pertimbangan tertentu. Adapun batasan batasan yang diberikan kepada responden yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah menikmati kopi lebih dari satu kali. Dalam penelitian ini populasinya sangat besar tidak terbatas (*infinite*). Selain itu

jumlah populasi tidak diketahui. Sehingga jumlah sampel ditentukan menggunakan formula lameshow (dalam Arikunto, 2010:73) dengan rumus berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah anggota sampel

Z = Harga standar normal (1,967)

p = Estimator proporsi populasi (0,5)

d = Deviasi (0,10)

q = 1-p

Maka besar jumlah anggota sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,967)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2} = 97,5$$

Oleh peneliti dibulatkan menjadi 100 responden.

Berdasarkan perhitungan diatas, anggota sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi 100 responden. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

### Teknik Pengumpulan Data

Metode dalam pengumpulan data ini yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan angket (*quisioner*) ialah teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara melakukan sebuah pertanyaan yang bersifat tertulis yang ditujukan kepada responden untuk dijawab. Alat yang digunakan untuk mengukur data-data yang akan dianalisis dari hasil data yang didapat melalui kuisisioner adalah menggunakan skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang tentang suatu fenomena (Sugiyono, 2011:93).

Dengan menggunakan teknik skala *likert* maka dapat diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel dan hasil jawaban tersebut dapat diukur dengan tingkat skor yang ditentukan dengan memberi centang dalam melakukan pengisian kuisisionernya dengan bagaimana Panji Sport Surabaya dalam memberikan harga, lokasi, fasilitas kepada pelanggan. Tujuan diedarkan kuisisioner kepada pelanggan Panji Sport Surabaya adalah untuk memperoleh data responden mengenai harga, lokasi, fasilitas yang diterapkan oleh Panji Sport Surabaya. Penulis dalam penelitian ini mengedarkan kuisisioner dengan memberikan kepada pelanggan Panji Sport Surabaya. Berikut adalah skor untuk pengisian kuisisioner: a) SangatSetuju(SS) = 5, b) Setuju(S) =4, c) CukupSetuju(CS) =3, d) TidakSetuju(TS) =2, dan e) Sangat TidakSetuju(STS) =1

### Variabel dan Definisi Operasional Variabel

#### Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dua jenis variabel yaitu variabel independen (variabel bebas) yang terdiri dari harga (H), lokasi (L), fasilitas (F) dan variabel dependen (variabel terikat) yaitu kepuasan konsumen (KK).

#### Definisi Operasional Variabel

##### Harga

Harga (H) merupakan sebuah nilai yang dikeluarkan oleh pelanggan dalam membeli produk maupun jasa kepada perusahaan dan dapat menghasilkan biaya-biaya yang dikeluarkan pelanggan. Dalam Panji Sport Surabaya harga yang ditentukan untuk mendapatkan sepatu dan peralatan olahraga adalah dihitung dengan per barang atau bisa juga grosir. Kotler dan Amstrong dalam Anshar (2019) ada empat indikator yang

mencirikan harga yaitu sebagai berikut : 1. Keterjangkauan harga, 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, 3) Daya saing harga, dan 4) Kesesuaian harga dengan manfaat produk.

### Lokasi

Lokasi (L) adalah mengacu pada letak Panji Sport Surabaya dalam melakukan kegiatan usahanya untuk menjual produk yang dekat sesuai dengan pasar sasarannya sehingga pelanggan dapat mudah menjangkau letak *store* tersebut dan memiliki kenyamanan. Tjiptono dan Candra (2012:81), pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor diantaranya sebagai berikut: 1) Akses, 2) Visibilitas, 3) Lalu lintas, 4) Tempat parkir, 5) Ekspansi, 6) Lingkungan, 7) Kompetisi, dan 8) Peraturan pemerintah.

### Fasilitas

Fasilitas (F) adalah sarana yang dapat memenuhi antara kenyamanan konsumen saat memilih sepatu maupun peralatan olahraga yang terdapat pada Panji Sport Surabaya. Fasilitas Panji Sport Surabaya dikatakan mumpuni jika dapat memenuhi harapan yang sesuai keinginan konsumen Munawir, (2018:208) indikator fasilitas adalah: 1) Pemikiran/perencanaan spasial, 2) Perancangan tempat, 3) Perlengkapan/perabotan, 4) Tata cahaya dan corak, 5) Pesan yang di sampaikan ilustratif, dan 6) Elemen pendukung

### Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah memakai produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan. Dalam hal ini pelanggan apakah merasa puas dengan Panji Sport Surabaya atau tidak setelah datang *store* serta menggunakan produk dan jasa yang dihasilkan oleh Panji Sport Surabaya. Indikator dalam mengukur kepuasan pelanggan Kotler dan Keller (2012:140) adalah: 1) *Re-Purchase*, 2) Menciptakan citra merek, 3) Menciptakan *Word of mouth*, dan 4) Menciptakan kepeputusan pembelian kepada perusahaan yang sama

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### HASIL UJI INSTRUMEN

#### Uji Validitas

Tabel 2  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
Harga (H)	H <sub>1</sub>	0,711	0,000	Valid
	H <sub>2</sub>	0,716	0,000	Valid
	H <sub>3</sub>	0,762	0,000	Valid
	H <sub>4</sub>	0,763	0,000	Valid
Lokasi (L)	L <sub>1</sub>	0,832	0,000	Valid
	L <sub>2</sub>	0,865	0,000	Valid
	L <sub>3</sub>	0,832	0,000	Valid
	L <sub>4</sub>	0,839	0,000	Valid
Fasilitas (F)	F <sub>1</sub>	0,764	0,000	Valid
	F <sub>2</sub>	0,816	0,000	Valid
	F <sub>3</sub>	0,697	0,000	Valid
	F <sub>4</sub>	0,617	0,000	Valid
Kepuasan Konsumen (KK)	Kk <sub>1</sub>	0,824	0,000	Valid
	Kk <sub>2</sub>	0,835	0,000	Valid
	Kk <sub>3</sub>	0,770	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel 2 menunjukkan bahwa indicator atau pernyataan dari variabel harga, lokasi, fasilitas dan kepuasan konsumen mempunyai nilai signifikansi <0,05 sehingga seluruh pernyataan pada variabel tersebut dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

### Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini hasil uji reliabilitas menggunakan program SPSS maka memperoleh hasil sebagai berikut

**Tabel 3**  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Harga	0,718	Reliabel
Kualitas produk	0,862	Reliabel
Lokasi	0,691	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,734	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4**  
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	82	82
Perempuan	18	18
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel 4 menunjukkan bahwa responden laki-laki sebesar 82 orang atau 82% dan responden perempuan sebesar 18 orang atau 18%. Dengan demikian dapat di tarik kesimpulan bahwa sebaaian besar konsumen Panji Sport Surabaya adalah laki-laki

### Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 5**  
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17-22 tahun	16	16
23-27 tahun	48	48
28-35 tahun	27	27
> 35 tahun	9	9
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel 5 diperoleh informasi bahwa sebagian besar responden berusia antara 17-22 tahun yaitu sebanyak 16 orang atau 16%. Untuk yang berusia 23-27 tahun sebanyak 48 orang atau 48% dan yang berusia 28-35 tahun sebanyak 27 orang atau 27%, serta untuk responden yang berusia di atas 35 tahun sebanyak 9 orang atau 9%. Dengan demikian dapat di tarik kesimpulan bahwa sebaaian besar konsumen Panji Sport Surabaya berusia sekitaran 23-27 tahun.

### Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 6  
Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/mahasiswa	18	18
Pegawai negeri	7	7
Wiraswasta	12	12
Karyawan swasta	63	63
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel 6 diperoleh informasi bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 18 orang atau 18%. Untuk yang bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 7 orang atau 7% dan yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 12 orang atau 12%, serta untuk responden yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 63 orang atau 63%. Dengan demikian dapat di tarik kesimpulan bahwa sebagian besar konsumen Panji Sport Surabaya ialah karyawan swasta dengan responden sebanyak 63.

### Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan ke Panji Sport Surabaya

Tabel 7  
Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan ke Panji Sport Surabaya

Kunjungan	Jumlah	Persentase
1 kali	10	10
2 kali	6	6
> 2 kali	23	23
Sering	61	61
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel 7 diperoleh informasi bahwa sebagian besar responden sudah sering berkunjung ke Panji Sport Surabaya yaitu sebanyak 61 orang atau 61%.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Perhitungan analisis regresi linier berganda antara harga, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dengan dibantu program SPSS dalam proses perhitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 8  
Uji Regresi Berganda

Model	Coefficient <sup>a</sup>			T	Sig.	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-1.564	.783		-1.996	.049
	H	.272	.056	.326	4.862	.000
	L	.235	.050	.328	4.705	.000
	F	.339	.049	.399	6.913	.000

a. Dependent Variable: KK

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

$$KK = -1,564 + 0,272H + 0,235L + 0,339F$$

Hasil persamaan regresi linier berganda tersebut diatas memberikan pengertian bahwa:

1. Konstanta sebesar -1,564 menunjukkan bahwa jika harga, lokasi dan fasilitas = 0 atau

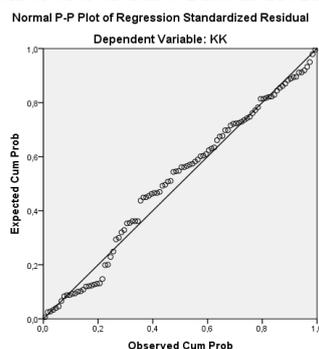
- tidak ada, maka kepuasan konsumen akan sebesar-1,564.
2. Koefisien regresi untuk variabel harga berada positif, hal ini menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai hubungan searah dengan kepuasan konsumen. Artinya apabila harga meningkat akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan konsumen
  3. Koefisien regresi untuk variabel lokasi berada positif, hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi mempunyai hubungan searah dengan kepuasan konsumen. Artinya apabila lokasi meningkat akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan konsumen.
  4. Koefisien regresi untuk variabel fasilitas berada positif, hal ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas mempunyai hubungan searah dengan kepuasan konsumen. Artinya apabila fasilitas meningkat akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan konsumen.

**Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik dijelaskan sebagai berikut:

**Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel yang digunakan dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Pendekatan Kolmogorov Smirnov dan pendekatan grafik yang dapat digunakan untuk mengetahui data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Hasil normalitas adalah sebagai berikut:



**Gambar 2**  
**Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-Plot**  
**Sumber: Data primer yang diolah, 2022**

Dari hasil Gambar 2 maka dapat dijelaskan bahwa titik-titik data menyebar beberapa secara tidak normal pada disekitar garis diagonal, meskipun ada beberapa data yang keluar dari garis diagonal tetapi tidak terlalu jauh dari garis diagonal dari gambar tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi uji normalitas

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99692440
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.083
	Negative	-.083
	Kolmogorov-Smirnov Z	.882
Asymp. Sig. (2-tailed)		.419

Test distribution is Normal.

**Sumber: Data primer yang diolah, 2022**

Hasil grafik plot normal dapat diketahui berada di sepanjang garis  $45^\circ$ , sedangkan nilai signifikansi pada *Kolmogorov-Smirnov* pada *Asymp. Signifikansi* lebih besar dari 5% (0,05) yaitu sebesar 0,419 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas pada penelitiann ini digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi atau tidak antar variabel bebas (independent variabel). Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi yaitu menggunakan nilai dari *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance*  $> 0,01$  maka menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  menunjukkan terjadimultikolinieritas.

**Tabel 10**  
Hasil Uji Multikolinieritas

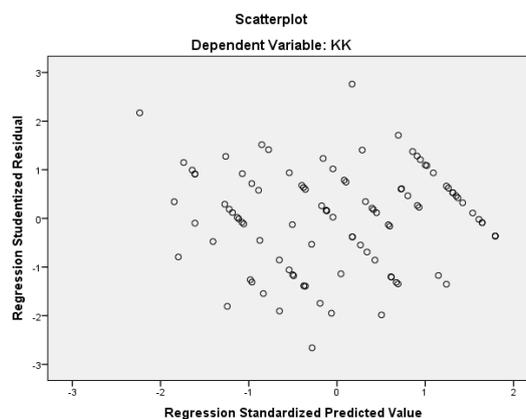
Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Harga	0,524	1,907	Non Multikolinieritas
Lokasi	0,486	2,058	Non Multikolinieritas
Fasilitas	0,711	1,407	Non Multikolinieritas

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel 10 terlihat bahwa nilai *tolerance* mendekati angka 1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) lebih rendah dari 10 pada setiap variabel yang digunakan pada penelitian ini, maka hal ini dapat berarti bahwa dalam persamaan regresi dalam penelitian tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau dapat dinyatakan bahwa bebas multikolinieritas, sehingga seluruh variabel independen tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

### Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *varians* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika *variance* berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil heteroskedastisitas dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 3**  
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Menggunakan *Scatterplot*  
Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Pada Gambar 3 grafik *scatterplot* dalam penelitian ini telah menunjukkan bahwa data tersebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen berdasarkan variabel-variabel yang mempengaruhi yaitu harga, lokasi dan fasilitas. Setelah dilakukan uji asumsi klasik tersebut di atas, sehingga dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi linier dalam penelitian ini, bebas dari asumsi dasar (klasik) tersebut, sehingga pengambilan keputusan melalui uji F dan uji t yang akan dilakukan dalam penelitian ini tidak akan bias atau sesuai dengan tujuan dari penelitian.

**Uji Kelayakan Model**

**Uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)**

Uji koefisien determinasi dapat dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen pada suatu penelitian.

**Tabel 11**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.879 <sup>a</sup>	.773	.766	1.012

a. Predictors: (Constant), F, H,L

b. Dependent Variable: KK

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel 11 menunjukkan nilai R sebesar 0,879. Hal ini berarti bahwa hubungan atau korelasi antara faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah cukup kuat karena > 0,50. Nilai *R Square* sebesar 0,773 atau 77,3%, ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen yang dapat dijelaskan variabel harga, lokasi dan fasilitas adalah sebesar 77,3%, sedangkan sisanya 22,7% dijelaskan faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

**Uji F**

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah harga, lokasi dan fasilitas mampu menerangkan kepuasan pelanggan. Hasil pengujian ini dapat dilihat pada Tabel 12 sebagai berikut:

**Tabel 12**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	335.248	3	111.749	109.033	.000 <sup>a</sup>
	Residual	98.392	96	1.025		
	Total	433.640	99			

a. Predictors: (Constant), F, H,L

b. Dependent Variable: KK

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji F Tabel 12 diatas, menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 109,033 dengan nilai signifikan 0,000 yang kurang dari 0,05. Hal tersebut menjelaskan bahwa pengaruh variabel harga, lokasi, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Panji Sport Surabaya layak untuk diuji.

### Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah harga, lokasi dan fasilitas secara parsial mampu menerangkan dan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 13**  
**Hasil Uji t**

Model	T	Sig.
Harga	4,862	0,000
Lokasi	4,705	0,000
Fasilitas	6,913	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Perhitungan uji regresi berganda yang tercantum pada Tabel 13, maka hasilnya memberikan pengertian bahwa :

1. Pengaruh Harga terhadap KepuasanKonsumen  
Berdasarkan hasil perhitungan Tabel 18, diperoleh nilai koefisien regresi bernilai positif dan nilai signifikansi untuk Harga adalah  $\alpha = 0,000 < 0,05$  menandakan bahwa Harga mampu menerangkan dan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga  $H_1$  yang menyatakan dugaan adanya pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen diterima.
2. Pengaruh Lokasi terhadap KepuasanKonsumen  
Hasil perhitungan Tabel 18, diperoleh nilai koefisien regresi bernilai positif dan nilai signifikansi untuk lokasi adalah  $\alpha = 0,000 < 0,05$  menandakan bahwa lokasi mampu menerangkan dan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga  $H_2$  yang menyatakan dugaan adanya pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen diterima.
3. Pengaruh Fasilitas terhadap KepuasanKonsumen  
Hasil perhitungan Tabel 18, diperoleh nilai koefisien regresi bernilai positif dan nilai signifikansi untuk lokasi adalah  $\alpha = 0,000 < 0,05$  menandakan bahwa lokasi mampu menerangkan dan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## PEMBAHASAN

### Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap KepuasanKonsumen

Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Panji Sport Surabaya. Harga merupakan sebuah nilai yang dikeluarkan oleh konsumen dalam membeli produk maupun jasa kepada perusahaan dan dapat menghasilkan biaya biaya yang dikeluarkan pelanggan. Jika harga yang ditetapkan mudah dijangkau oleh konsumen maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat. Kebijakan harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat produk maupun jasa yang ditawarkan maka dapat memberikan pengaruh yang baik pada pelanggan sehingga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Jika harga yang dihasilkan Panji Sport Surabaya dapat bersaing dengan store sejenisnya maka akan berdampak pula pada kepuasan konsumen. Aspek harga adalah sangat setuju walaupun Panji Sport Surabaya pemain baru dalam bidang store sejenis. Pada variabel harga dapat diketahui bahwa tanggapan responden harga Panji Sport Surabaya sudah sesuai dengan harapan pelanggan dan jawaban, Sehingga dalam penetapan harga Panji Sport Surabaya memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen. Jika mengingat pentingnya harga dalam strategi pemasaran maka harga sangat mempengaruhi kepuasan konsumen diukur dari tingkat keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, persaingan harga, kesesuaian harga dengan manfaat bahwa semakin tinggi. Penelitian ini telah membuktikan bahwa hipotesis pertama diterima yaitu harga berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Setyandi dan Satrio (2018) dan Indriyani dan Sugiyono (2017) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Glatio dan Suprih Adi (2018) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk itu dalam memasarkan suatu barang maupun jasa harus menetapkan harga yang tepat dan memiliki kesesuaian produk yang diterima oleh pelanggan sehingga tujuan utama perusahaan untuk mencapai kepuasan konsumen tercapai.

### **Lokasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Panji Sport Surabaya. Penetapan pemilihan lokasi dapat mendukung perusahaan untuk berkembang sehingga mampu memberikan pengaruh yang baik bagi pelanggan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Panji Sport Surabaya dikategorikan masih mudah dijangkau walaupun terkadang terdapat beberapa pelanggan yang mengeluhkan tentang akses parkir yang terlalu sempit tetapi letak Panji Sport Surabaya yang berdekatan dengan area industri menjadi nilai bagi sasaran pasarnya yaitu karyawan. Artinya jika lokasi perusahaan tersebut mudah dijangkau oleh pelanggan dan dilakukan dengan tepat sasaran maka akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen karena pelanggan sangat mudah menjangkau produk atau jasa tersebut. Pada penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis kedua diterima yaitu lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penetapan lokasi dilakukan dengan tepat maka akan tercipta kepuasan konsumen, Karena mengingat lokasi termasuk kedalam bauran pemasaran. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Setyandi dan Satrio (2018) dan Anshar (2019) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sugita dan Agustin (2018) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Fasilitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Panji Sport Surabaya. Penetapan pemilihan fasilitas dapat mendukung perusahaan untuk berkembang sehingga mampu memberikan pengaruh yang baik bagi pelanggan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Pada deskripsi variabel jawaban responden pada seluruh pernyataan fasilitas tersebut sebesar 4,04 artinya jawaban responden tersebut dikategorikan sangat setuju dan masih memiliki fasilitas yang memadai walaupun terkadang terdapat beberapa pelanggan yang mengeluhkan tentang cermin yang terlalu kecil tetapi fasilitas Panji Sport Surabaya mencukupi dikarenakan fasilitas cukup memadai. Pada penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis ketiga diterima yaitu fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Fasilitas yang tersedia membuat nyaman pelanggan maka akan tercipta kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Nadianingrum dan Saputra (2020) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Kepuasan konsumen pada Panji Sport Surabaya. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: 1) Harga mampu menerangkan dan berarah positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada

Panji Sport Surabaya. harga sangat mempengaruhi kepuasan konsumen diukur dari tingkat keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, persaingan harga, kesesuaian harga dengan manfaat bahwa semakin tinggi maka tingkat kepuasan meningkat, 2) Lokasi mampu menerangkan dan berarah positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Panji Sport Surabaya. Penetapan pemilihan lokasi dapat mendukung perusahaan untuk berkembang sehingga mampu memberikan pengaruh yang baik bagi pelanggan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Jika lokasi perusahaan tersebut mudah dijangkau oleh pelanggan dan dilakukan dengan tepat sasaran maka akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen karena pelanggan sangat mudah menjangkau produk atau jasa tersebut, dan 3) Fasilitas mampu menerangkan dan berarah positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Panji Sport Surabaya. hal ini dapat berarti bahwa semakin tinggi dan baik Fasilitas yang di berikan oleh Panji Sport Surabaya maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

### **Keterbatasan Penelitian**

Adapun keterbatasan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Faktor-Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam penelitian ini hanya terbatas pada tiga variabel yaitu Harga, Lokasi, Fasilitas sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang tidak digunakan sebagai variabel dalam penelitian ini, dan 2) Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuisioner yaitu terkadang jawaban dari responden yang sedang menikmati produk atau jasa tidak menunjukkan keadaansesungguhnya, sehingga dimungkinkan dapat menggunakan metode lain seperti wawancara agar jawaban sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya.

### **Saran**

Saran yang bisa diberikan antara lain untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah: 1) Variabel harga mampu menerangkan dan berarah positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Panji Sport Surabaya. Bagi Panji Sport Surabaya harus mempertahankan strategi dalam penetapan harga, yang berarti harga yang ditawarkan sesuai dengan produk maupun jasa yang diharapkan pelanggan dan juga memperhatikan harga dari pesaing sehingga akan tetap timbul kepuasan konsumen, 2) Variabel lokasi mampu menerangkan dan berarah positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Panji Sport Surabaya. Panji Sport Surabaya harus memperhatikan faktor pemilihan lokasi karena dapat mendukung perusahaan untuk maju dan berkembang kedepannya dan juga dalam penetapan lokasi juga sangat penting karena menyangkut hubungan interaksi antara store dengan pelanggan sehingga store harus dekat dengan sasaran pasarnya agar timbul tingkat kepuasan konsumen, 3) Variabel fasilitas mampu menerangkan dan berarah positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Panji Sport Surabaya. Panji Sport Surabaya harus mempertahankan atau meningkatkan fasilitas yang diberikan agar pelanggan merasa puas baik dalam hal kenyamanan maupun dalam hal kesan puas sehingga produk yang dihasilkan sesuai dengan ekspektasi pelanggan, dan 4) Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian di luar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, misalnya atribut produk, bauran pemasaran dan variabel lainnya yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, mengingat terdapat pengaruh sebesar 22,7% dari variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini. Agar dalam suatu penelitian dapat mengetahui faktor - faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anshar, A. 2019. Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 8(4).
- Ardhana, O. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro Semarang. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*9(7).
- Arianto, D. C. D. 2017. Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Sambirejo Regency Kabupaten Kediri. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* : 7(3): 11-12.
- Arikunto,S. 2010. *Metodologi Penelitian*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Endang dan Cholida, L. N. 2017. Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Di Terminal Rajekwesi Bojonegoro. *Jurnal Teknik* : 9(2).
- Galatio, A. dan H. Suprihadi. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Pohon Kopi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* : 7(9) .
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 19*. Edisi 5. Cetakan keenam. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Cetakan Delapan. Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Cetakan 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jilid Dua. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2013. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc. Terjemahan B. Sabran. 2015. *Manajemen Pemasaran 13*. Erlangga. Jakarta
- Kotler, P dan G, Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran. Edisi Kedua belas. Jilid Pertama. Erlangga. Jakarta.
- Kusuma, R. Wahyu, 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 4(12).
- Lupiyoadi, R. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Purnomo, H. 2010. *Perencanaan dan Perancangan Fasilitas (Pertama)*. Graha Ilmu
- Sakti, B. J., & Mahfudz. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Layana, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi pada J & T Express Kota Semarang ). *Journal of Manajemen*, 7(4), 1□8.
- Setyandi, A.D. dan B. Satrio. 2018. Pengaruh Harga, Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks East Coast Center Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 7(9)
- Setyaningrum, A., U. Jusuf, dan Efendi. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Singgih, S. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- \_\_\_\_\_. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugita, R. dan S. Agustin. 2007. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6(11).

- Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen Bisnis Ritel*. CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta.
- Tjiptono. 2010. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono. 2012. *Service Quality and Satisfaction*. Edisi Kedua. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa □ Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, F dan G. Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. ANDI. Yogyakarta.