PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN MUTU PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BAHAN BANGUNAN UD BERKAT SUBUR BUJEL KOTA KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Nusantara PGRI Kediri

OLEH :

MAZIN

11.1.02.02.0052

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA

UN PGRI KEDIRI

2016

Skripsi oleh :

MAZIN

NPM : 11.1.02.02.0052

Judul :

PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN MUTU PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BAHAN BANGUNAN UD BERKAT SUBUR BUJEL KOTA KEDIRI

Telah disetujui untuk diajukan kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 23 Juli 2016

Menyetujui,

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Drs. Ec. Ichsannudin, M.M.	**Suhardi, S.E., M.Pd.**
NIDN. 0723105703	**NIDN. 0701105804**

Skripsi oleh :

MAZIN

NPM : 11.1.02.02.0052

Judul :

PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN MUTU PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BAHAN BANGUNAN UD BERKAT SUBUR BUJEL KOTA KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri
Pada tanggal : 8 Agustus 2016

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Drs. Ec. Ichsannudin, M.M.
2. Penguji I : Dr. Lilia Pasca R,
3. Penguji II : Suhardi, S.E., M.Pd.

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo, M.M
NIDN. 07170666001

PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN MUTU PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BAHAN BANGUNAN UD BERKAT SUBUR BUJEL KOTA KEDIRI

MAZIN
11.1.02.02.0052
EKONOMI - MANAJEMEN
Mazinsaya@gmail.com
Drs. Ec. Ichsannudin, M.M. dan Suhardi, S.E., M.Pd.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya toko-toko yang menjual produk bahan bangunan di daerah sekitar lokasi perusahaan yang berada di kelurahan Bujel Kota Kediri. Hal ini menyebabkan perlu adanya perhatian dan sejumlah tindakan yang berhubungan dengan permasalahan harga, keragaman produk dan mutu pelayanan sebagai bentuk strategi agar konsumen memutuskan membeli pada UD Berkat Subur Bujel Kota Kediri. Konsumen akan merasakan kepuasan bila harga terjangkau sesuai harapan, keragaman produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen dengan kualitas terjamin, mutu pelayanan yang diberikan terbaik.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang kebetulan sedang berbelanja di UD Berkat Subur Bujel Kota Kediri. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* sebanyak 40 responden. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah harga, keragaman produk dan mutu pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket) yang dilengkapi dengan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji statistik secara parsial (uji t) dan uji statistik secara simultan (uji F) dan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, keragaman produk dan mutu pelayanan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UD Berkat Subur Bujel Kota Kediri. Secara parsial variabel mutu pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UD Berkat Subur Bujel Kota Kediri, sedangkan variabel harga dan keragaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UD Berkat Subur Bujel Kota Kediri.

Kata Kunci : harga, keragaman produk, mutu pelayanan, kepuasan konsumen.

LATAR BELAKANG

Upaya untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan keuntungan tersebut. Maka perusahaan harus menempatkan perhatian khusus pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama dalam menjalankan usahanya. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan, faktor-faktor penentu kesuksesan dalam menciptakan kesetiaan pada konsumen adalah menciptakan kepuasan konsumen melalui keragaman produk yang ditawarkan dan pelayanan yang berkualitas dengan harga yang terjangkau maka dapat dikatakan itu merupakan kekuatan dari perusahaan untuk memberikan kepuasan pada konsumen. Dengan demikian, mempertahankan kepuasan konsumen akan menjadikan pelanggan yang setia.

Dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat, perusahaan harus meningkatkan beberapa hal. Pertama, penetapan harga produk ditandai dengan, (a) kemampuan para pelanggan untuk membeli (daya beli), (b) kemauan pelanggan untuk membeli, (c) posisi suatu produk dalam gaya hidup pelanggan, (d) manfaat yang diberikan produk tersebut kepada pelanggan, (e) harga produk-produk substitusi, (f) pasar potensial bagi produk tersebut, (g) sifat persaingan non-harga, (h) perilaku konsumen secara umum, dan (i) segmen-segmen dalam pasar menurut Tjiptono (2008:157).

Kedua, kualitas produk yang ditandai dengan, (a) *performance*, yaitu ciri-ciri pengoperasian pokok dari suatu produk inti (*core product*), (b) *features*, terdiri dari ciri khusus atau keistimewaan tambahan berupa karakteristik pelengkap, (c) *reability*, terdiri dari kehandalan suatu produk, kemungkinan kecil untuk rusak atau menga mi kegagalan, (d) *conformance to specification* (kesesuaian dengan spesifikasi), terdiri dari sejauh mana karakteristik rancangan dan operasi memenuhi standart-standart yang telah ditetapkan sebelumnya, (e) *durability* (daya tahan), berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunakan, (f) *serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan layanan reparasi, dan penanganan keluhan yang memuaskan, (g) *esthetic* (estetika), terdiri dari daya tarik produk melalui panca indera, bentuk fisik produk yang menarik, model atau desain yang artistik, warna, (h) *perceived quality*, terdiri dari citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadap kedua hal tersebut menurut Jasfar (2009:51).

Ketiga, kualitas layanan yang ditandai dengan, (a) *reliability* (kehandalan), kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accuaraartely*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), (b) *responsiveness* (daya tanggap), terdiri dari kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen, (c) *assuramce* (jaminan), meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen, (d) *empathy*, meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, (e) *tangibles* (produk-produk fisik), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi menurut Jasfar (2009:57).

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternative yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Engel, Blackwell and Miniard, 1990 dalam Tjiptono, 1999).

Bila dalam usaha perdagangan mampu menciptakan kepuasan konsumen, maka kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan perasaan puas bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan terciptanya rasa setia dari konsumen, serta membentuk suatu rekomendasi dari satu konsumen ke konsumen yang lain yang menguntungkan bagi perusahaan dan mengarah pada semakin meningkatnya jumlah konsumen.

UD Berkat Subur Bujel Kediri adalah sebuah perusahaan dagang atau toko yang bergerak di bidang perdagangan yang menyediakan dan menjual segala macam peralatan dan perlengkapan yang berkaitan dengan kebutuhan bahan bangunan yang berlokasi di Jalan Suparjan Mangun Wijaya no. 95A Kelurahan Bujel Kota Kediri.

Namun sekarang mulai banyak toko-toko yang bergerak di bidang usaha yang sama yaitu berdagang bahan bangunan bermunculan sehingga menciptakan persaingan antara perusahaan yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan tersebut maka

kompetisi harga barang diantara perusahaan tidak dapat terhindarkan. Perusahaan harus memikirkan agar konsumen yang lama tetap setia bahkan dapat menambah konsumen yang baru lagi dengan tetap mengutamakan kepuasan konsumen. Tapi dengan keunggulan keberagaman produk dan mutu pelayanan yang dimiliki perusahaan maka diyakini akan memenangi persaingan. Dengan adanya keberagaman produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen serta mutu pelayanan yang terbaik dari perusahaan ditambahkan dengan harga yang terjangkau maka akan tercipta kepuasan konsumen sehingga konsumen akan tetap setia. Tetapi dampak jika ada yang kurang tepat yaitu perusahaan menjual produk dengan harga yang mahal, kualitas kurang baik, pelayanan kurang memuaskan otomatis konsumen akan kecewa dan mulai melirik ke pesaing lain. Perusahaan akan kehilangan pelanggan lama secara tidak langsung keuntungan atau omset akan berkurang. Jika dibiarkan begitu saja, perusahaan akan merugi.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian dilakukan dengan judul "Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bahan Bangunan UD Berkat Subur Bujel Kota Kediri".

METODE

Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013: 96) variabel penelitian adalah "suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya". Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi 2 yaitu :

a. Variabel Terikat (Dependent)

Menurut Sugiyono (2013: 97) variabel terikat adalah "variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas". Penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan konsumen (Y).

b. Variabel Bebas (Independent)

Menurut Sugiyono (2013: 96) variabel bebas yaitu "variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat".

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah :

1) Harga (X_1)
2) Keragaman Produk (X_2)
3) Mutu Pelayanan (X_3)

Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini jenis pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013: 35) metode kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan kuantitatif dapat melakukan beberapa tugas sesuai tuntutan peneliti, yakni melihat perbandingan, mengetahui hubungan, melihat kecenderungan, melakukan pengelompokkan maupun penyederhanaan variabel. Semua data penelitian berupa angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur yang diperoleh oleh peneliti akan dihitung menggunakan rumus dan diuji dengan analisa statistik.

Teknik Penelitian

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam proses penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Sugiyono (2013) menyatakan bahwa, teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang diperlukan disini adalah teknik pengumpulan data mana yang paling tepat, sehingga benar-benar didapat data yang valid dan reliabel. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan) (Sugiyono, 2013: 224).

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013: 230).

Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di toko bahan bangunan UD Berkat Subur yang beralamat di Jalan Suparjan Mangun Wijaya no. 95A, Kelurahan Bujel, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri.

Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dijadwalkan oleh penulis yaitu sekitar 3 bulan.

Populasi

Menurut Sugiyono (2013: 148), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang

digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung ke UD Berkat Subur Bujel Kediri. Populasi ini bersifat tidak terbatas dan heterogen yang dapat dilihat dari jenis kelamin dan usia. Karena jumlahnya sangat banyak, maka dilakukan pengambilan sampel.

Sampel

Menurut Sugiyono (2013: 149), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif atau dapat mewakili.

Pada penelitian ini, sampel diambil dengan metode nonprobability sampling, dimana tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2012: 66). Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan metode accidental sampling. Menurut Sugiyono (2012: 67) accidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Menentukan ukuran sampel menurut Roscoe dalam buku Research Methods For Business (1982: 253) dikutip dalam Sugiyono (2013: 164) memberikan beberapa saran tentang ukuran sampel untuk penelitian, salah satunya yang dipilih oleh peneliti adalah seperti berikut:

Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti, atau 10x jumlah variabel. Dengan demikian jumlah variabel penelitian yang diamati ada 4 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = 10 x 4 = 40. Jadi jumlah anggota sampel yang diambil berjumlah 40 konsumen.

HASIL PENGUJIAN

Tabel 3.3

Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga (X_1)	X_1.1	0,886	0,312	Valid
	X_1.2	0,874	0,312	Valid
	X_1.3	0,839	0,312	Valid

	X_1.4	0,768	0,312	Valid
Keragaman Produk (X_2)	X_2.1	0,816	0,312	Valid
	X_2.2	0,903	0,312	Valid
	X_2.3	0,888	0,312	Valid
	X_2.4	0,697	0,312	Valid
Mutu Pelayanan (X_3)	X_3.1	0,827	0,312	Valid
	X_3.2	0,895	0,312	Valid
	X_3.3	0,898	0,312	Valid
	X_3.4	0,566	0,312	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,783	0,312	Valid
	Y.2	0,870	0,312	Valid
	Y.3	0,886	0,312	Valid
	Y.4	0,874	0,312	Valid

Tabel 3.4

Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai *Cronbach Alpha*	Standar Reliabilitas	Keterangan
Harga	0,854	0,60	Reliabel
Keragaman Produk	0,849	0,60	Reliabel
Mutu Pelayanan	0,819	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,873	0,60	Reliabel

HASIL ANALISIS DATA

UJI ASUMSI KLASIK

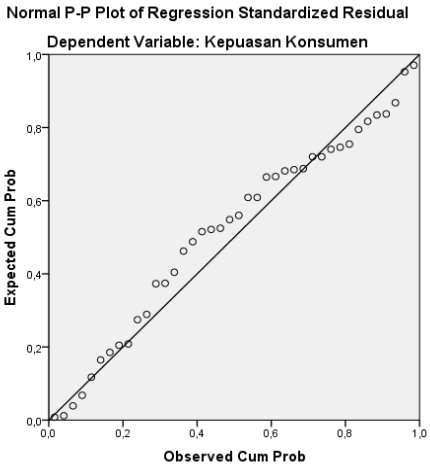
Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

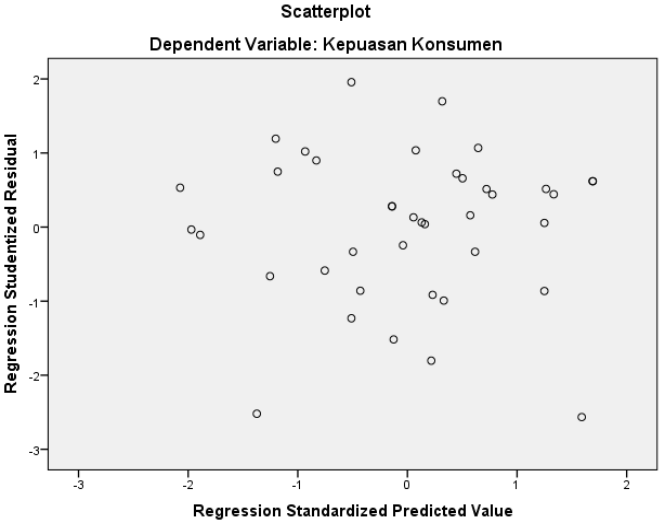
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	,731	1,368
	Keragaman Produk	,779	1,284
	Mutu Pelayanan	,835	1,198

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji Normalitas



Uji Heteroskedastisitas



Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2,167	3,008	
	Harga	,180	,159	,171
	Keragaman Produk	,154	,170	,132
	Mutu Pelayanan	,491	,142	,486

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

$Y = 2,167 + 0,180X_1 + 0,154X_2 + 0,491X_3$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

B = 2,167 : artinya apabila variabel harga (X_1), keragaman produk (X_2) dan mutu pelayanan (X_3) diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali (=0), maka variabel kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai sebesar 2,167.

B1 = $0,180X_1$: artinya apabila variabel harga (X_1) naik 1 (satuan) maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,180 (satuan) dengan asumsi variabel keragaman produk (X_2) dan mutu pelayanan (X_3) konstan.

B2 = $0,154X_2$: artinya apabila variabel keragaman produk (X_2) naik 1 (satuan) maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,154 (satuan) dengan asumsi variabel harga (X_1) dan mutu pelayanan (X_3) konstan.

B3 = $0,491X_3$: artinya apabila variabel mutu pelayanan (X_3) naik 1 (satuan) maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,491 (satuan) dengan asumsi variabel harga (X_1) dan keragaman produk (X_2) konstan.

KOEFISIEN DETERMINASI (R2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,636[a]	,405	,355	2,276

a. Predictors: (Constant), Mutu Pelayanan, Keragaman Produk, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas maka nilai R adalah 0,636. Hal ini menunjukkan bahwa keeratan hubungan variabel bebas dan variabel terikat adalah korelasi kuat. Dan koefisien determinasi diketahui nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,355. Dari nilai tersebut dapat dilihat bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga, keragaman produk dan mutu pelayanan sebesar 0,355. Hal ini berarti kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga, keragaman produk dan mutu pelayanan sebesar 35,5 % sedangkan sisanya 64,5 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Uji t (Uji Parsial)

Coefficients[a]

Model		T	Sig.
1	(Constant)	,720	,476
	Harga	1,134	,264
	Keragaman Produk	,906	,371
	Mutu Pelayanan	3,454	,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dari tabel di atas, maka diketahui bahwa :

- Harga memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,134 apabila dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 2,026 maka diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ = 1,134 < 2,026. Sementara nilai signifikansi harga sebesar 0,264 > 0,05 yang artinya H_0 diterima dan Ha ditolak. Berdasarkan perhitungan diatas maka harga (X_1) secara parsial atau individu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian hipotesis ke 1 berbunyi "harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen UD Berkat Subur Bujel Kediri".
- Keragaman produk memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,906 apabila dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 2,026 maka diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ = 0,906 < 2,026. Sementara nilai signifikansi keragaman produk sebesar 0,371 > 0,05 yang artinya H_0 diterima dan Ha ditolak. Berdasarkan perhitungan diatas maka keragaman produk (X_2)

secara parsial atau individu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian hipotesis ke 2 berbunyi "keragaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen UD Berkat Subur Bujel Kediri".

- Mutu pelayanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,454 apabila dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 2,026 maka diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ = 3,454 > 2,026. Sementara nilai signifikansi mutu pelayanan sebesar 0,001 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan Ha diterima. Berdasarkan perhitungan diatas maka mutu pelayanan (X_3) secara parsial atau individu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian hipotesis ke 3 berbunyi "mutu pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen UD Berkat Subur Bujel Kediri".

Uji F (Uji Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	126,817	3	42,272	8,157	,000[b]
	Residual	186,558	36	5,182		
	Total	313,375	39			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Mutu Pelayanan, Keragaman Produk, Harga

Dari tabel yang disajikan di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 8,157 apabila dibandingkan dengan nilai F_{tabel} 2,866 maka diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ = 8,157 > 2,866 atau nilai sig. = 0,000 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti secara bersama-sama harga (X_1), keragaman produk (X_2) dan mutu pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian hipotesis ke 4 berbunyi "harga, keragaman produk, mutu pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan konsumen UD Berkat Subur Bujel Kediri".

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh harga, keragaman produk dan mutu pelayanan terhadap kepuasan konsumen UD

Berkat Subur Bujel Kediri, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen UD Berkat Subur Bujel Kediri.

2. Keragaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen UD Berkat Subur Bujel Kediri.

3. Mutu pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen UD Berkat Subur Bujel Kediri.

4. Secara simultan (bersama) harga, keragaman produk dan mutu pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen UD Berkat Subur Bujel Kediri.

DAFTAR PUSTAKA

Ade Aminudin Chalis. Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Giant Supermarket Puri Anjasmoro Semarang. Jurnal Skripsi. Semarang: Universitas Pandanaran.

Alma, Buchari. (2011), Kewirausahaan, cetakan ketujuhbelas. Bandung: Alfabeta.

Citra Suci Mantauv. (2014), Pengaruh Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Skripsi. Yappas: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yappas Pasaman Barat.

Daryanto. (2014), Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Gava Media.

Efi Dwi Ariyanti. (2011), Pengaruh Keragaman Produk Dan Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan Pada Swalayan Aneka Jaya Boja. Jurnal Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Eko Yuwananto. (2011), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima Di Kecamatan Gunungpati. Jurnal Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Malang.

Erlangga Tahta Kusumanegara. (2012), Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Baskin Robbins Ice Cream Mal Ciputra Semarang. Jurnal Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2011). Analisis Multivariate Program IBM SPSS.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.

Lupiyoadi, Rambat. (2011), Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.

Nur Samsiyah. (2009), Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Toko Bahan Bangunan Sumber Baru Sragen. Jurnal Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Restu Aji Prasetyo. (2015), Pengaruh Store Atmosphere, Keragaman Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirota Batik Yogyakarta. Jurnal Skripsi.

Riduwan. (2011), Dasar-Dasar Statistika. Bandung: Alfabeta.

Riduwan dan Sunarto. (2014), Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Riyanti. (2015), Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Kirana Di Kabupaten Sleman. Jurnal Skripsi. Yogyakarta: Universitas PGRI.

Sigit Marwanto. (2016), Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Jek. Jurnal Skripsi. Universitas Esa Unggul.

Sugiyono. (2013), Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. (2011), Praktik SPSS Untuk Kasus. Yogyakarta: Nuha Medika.

Sunyoto, Danang. (2012), Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.

Tjiptono, Fandy. (2015), Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.