ARTIKEL

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA UNIT PELAYANAN CABANG (UPC) MOJOROTO KOTA KEDIRI

Oleh:

MOHAMAD MUSTAIN

13.1.02.02.0249

Dibimbing oleh :

1. **Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M.**
2. **Sigit Ratnanto,S.T., M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap	: Mohamad Mustain
NPM	: 13.1.02.02.0249
Telepun/HP	: 085853239380
Alamat Surel (Email)	: davemustain17@gmail.com
Judul Artikel	: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Unit Pelayanan Cabang (UPC) Mojoroto Kota Kediri
Fakultas – Program Studi	: FE - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat PerguruanTinggi	: Jalan KH. Ahmad Dahlan No. 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa:

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau adat untutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggung jawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 04 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Bambang Agus Sumantri,S.IP.,M.M. NIDN. 0730088001	Sigit Ratnanto,S.T., M.M. NIDN. 0730076804	Mohamad Mustain 13.1.02.02.0249

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA UNIT PELAYANAN CABANG (UPC) MOJOROTO KOTA KEDIRI

Mohamad Mustain
13.1.02.02.0249
Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen
davemustain17@gmail.com
Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M dan Sigit Ratnanto, S.T., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh berkurangnya jumlah nasabah yang menggunakan jasa UPC Pegadaian Mojoroto, yang mungkin disebabkan oleh kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah, sehingga dapat menyebabkan kurang puasnya nasabah dalam menggunakan jasa tersebut. maka dari itu, harus segera ditanggulangi agar tidak menganggu pada proses pencapaian tujuan perusahaan.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) Pengaruh secara parsial kualitas pelayanan, kepercayaan dan lokasi terhadap.kepuasan nasabah UPC Pegadaian Mojoroto Kota Kediri (2) Pengaruh secara simultan kualitas pelayanan, kepercayaan dan lokasi terhadap.kepuasan nasabah pada UPC Pegadaian Mojoroto Kota Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 40 orang, tehnik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan tehnik n*onprobability sampling* dengan teknik pengambilan *accidental random sampling.* Analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji-t, uj-f, dan koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS versi 23 *for Windows*.

Hasil uji-t secara parsial diperoleh t-hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 2,075 dengan signifikansi 0,045 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05), kemudian untuk t-hitung untuk variabel kepercayaan sebesar 2,451 dengan signifikansi 0,019 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05), dan untuk t-hitung variabel lokasi sebesar 13,999 dengan signifikansi 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05). Untuk hasil uji simultan diperoleh F-hitung sebesar 73,036 dengan taraf signifikan 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan lokasi secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada UPC Pegadaian Mojoroto Kota Kediri.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Lokasi, Kepuasan Nasabah.

LATAR BELAKANG

Dalam dunia globalisasi saat ini, banyak terjadi perubahan yang begitu cepat di dalam dunia bisnis, perubahan tersebut dilakukan agar tujuan organisasi dapat tetap *exist* dan bahkan dapat meningkatkan prestasi bisnisnya. Berbagai bidang perekonomian yang bersangkutan dengan keuangan menjadi suatu kebutuhan yang tidak terelakkan. Di Indonesia terdapat lembaga keuangan yang terdiri dari lembaga keuangan bank dan non bank.

Pegadaian sebagai lembaga keuangan non bank menjadi pilihan masyarakat saat ini.Menurut Pradja (2012:276) "pegadaian adalah lembaga yang menyediakan jasa pinjaman uang dengan jaminan barang – barang berharga". Pegadaian lahir dari interaksi permintaan dan penawaran dana tunai dalam waktu yang cepat dengan barang berharga sebagai jaminannya, selama ini, bisnis pegadaian *relative* tumbuh dan berkembang yang dilakukan oleh pemerintah dan swasta.

Dewasa ini, perhatian terhadap kepuasan nasabah pada lembaga keuangan menjadi sangat besar. Persaingan yang sangat ketat dimana semakin banyak organisasi atau penyedia jasa terlibat didalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta menempatkannya sebagai tujuan utama.Menurut Wesbrook & Reilly dalam Tjiptono (2011:433) menyatakan bahwa, "kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produik atau jasa tertentu yang dibeli". Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, kualitas pelayanan, lokasi Nining Catur Pawestriningtyas, Suharyono, Imam Suhadi (2016).

Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan yang ditujukan kepada pelanggan guna untuk menciptakan kepuasan pelanggan.Pada prinsipnya, kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianuntuk mengimbangi harapan pelanggan.Lembaga keuangan harus menggunakan berbagai strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan yang menjadi sasaran Wijaya (2011:1).

Kualitas pelayanan yang baik akan menumbuhkan tingkat kepercayaan pelanggan kepada perusahaan, sehingga dari hal ini pelanggan yang menggunakan jasa akan membangun hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Menurut Lupioyadi & Hamdani (2009;165) "kepercayaan merupakan refleksi dari dua komponen yaitu:

1. *Credibility* yang didasarkan kepada besarnya kepercayaan kemitraan dengan organisasi lain dan membutuhkan keahlian untuk menghasilkan efektivitas dan kehandalan pekerjaan.
2. *Benevolence* yang didasarkan kepada besarnya kepercayaan kemitraan, yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi di mana komitmen tidak terbentuk."

Keputusan memilih lokasi yang tepat akan mempengaruhi tingkat probabilitas dan keberhasilan usaha dalam jangka panjang. Lokasi akan mempengaruhi jumlah dan jenis pelanggan yang akan tertarik untuk datang ke lokasi yang strategis, mudah dijangkau oleh sarana transportasi yang ada, serta kepastian parkir yang memadai bagi pelanggan Foster (2012;52).

Unit Pelayanan Cabang (UPC) Pegadaian Mojoroto merupakan salah satu pegadaian di Kota Kediri yang berada di Jl. Wachid Hasyim No. 03 Kelurahan Bandarlor Kecamatan Mojoroto. Pegadaian ini sebagai alternatif pendanaan dalam pembiayaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan rumit yang dapat menyulitkan nasabah dalam pemberian dana. Cukup dengan membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis, masyarakat sudah bisa mendapatkan dana untuk kebutuhannya, baik produktif maupun konsumtif. Dari data yang diperoleh jumlah nasabah pegadaian di UPC Pegadaian Mojoroto dari tahun ke tahun mengalami jumlah nasabah naik turun. HaL ini, bisa silihat pada tabel 1.2 di bawah ini:

Tabel 1.2

Jumlah Nasabah Tahun 2012-2016

Tahun	Jumlah Nasabah
2012	980
2013	1120
2014	1040
2015	1300
2016	1250

Sumber : Pegadaian Kota Kediri

Dari data diatas dapat dilihat jumlah nasabah UPC Mojoroto mengalami naik turun, hal ini dikarenakan masih kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan yag ditandai dengan kurang ramahnya petugas meberi pelayanan kepada pelanggan yang datang, kepercayaan nasabah yang belum maksimal kepada perusahaan, lokasi berdirinya perusahaan yang kurang straegis dan tidak adanya kamera pengawas atau cctv serta area parkir yang kurang luas dan tidak tertutup membuat tingkat kepuasan nasabah kurang. Padahal dengan mengusung slogan

"Mengatasi Masalah Tanpa Masalah" pegadaian ini diharapkan sebagai lembaga keuangan non bank yang mampu merangkul dari semua golongan. Namun sekarang, nasabah yang menggunakan jasa pegadaian berkurang hal ini dikarenakan banyak faktor yang dapat mempengeruhi hal tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka dilakukan pengamatan untuk menganilisis sejauh mana kualitas pelayanan, kepercayaan, dan lokasi mempengaruhi kepuasan nasabah pada UPC Pegadaian Mojoroto. Hal tersebut menjadi latar belakang dalam melakukan penelitian dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA UNIT PELAYANAN CABANG (UPC) PEGADAIAN MOJOROTO KOTA KEDIRI".**

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat di identifikasikanpermasalahan yang ada sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan bertujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah Unit Pelayanan Cabang Pegadaian Mojoroto kurang memadai hal ini ditandai dengan kurangnya fasilitas yang mendukung untuk kenyamanan nasabah.
2. Kepercayaan menjadi pondasi dari bisnis dan menjadi faktor kunci bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan. Dengan kepercayaan yang tinggi maka nasabah akan membangun relasi yang panjang kepada perusahaan, namun hal ini berbanding terbalik mengenai kepercayaan nasabah Unit Pelayanan Cabang Pegadaian Mojoroto hal ini ditandai dengan masih sedikit nasabah yang menggunakan jasa pegadaian.
3. Akses yang mudah serta lancarnya arus lalu lintas menjadi pilihan bagi nasabah untuk memilih lokasi yang mudah. Lokasi akan mempengaruhi jumlah dan jenis pelanggan yang akan tertarik untuk datang ke lokasi yang strategis, mudah dijangkau oleh sarana transportasi yang ada, serta kepastian parkir yang memadai bagi pelanggan. Unit Pelayanan Cabang Pegadaian Mojoroto kurang tepat dalam memilih lokasi yang strategis, hal ini ditandai dengan seringnya kejadian macet didepan tempat pelyanan jasa tersebut dan juga area parkir yang kurang luas sehingga nasabah akan berfikir dua kali uintuk ke tempat tersebut.
4. Kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produik atau jasa tertentu yang dibeli. Apabila perusahaan memberikan kepuasan yang tinggi kepada pelanggan maka pelanggan akan senang dan loyal kepada perusahaan. Unit Pelayanan Cabang Mojoroto kurang mampu meberikan kepuasan kepada pelanggannya, hal ini yang membuat tempat tersebut sepi dan kurang diminati oleh pelanggannya.

Pembatasan Masalah

Untuk memperjelas ruang lingkup permasalahan dan mengarahkan pembahasan agar memenuhi sasaran yang ingin dicapai, penulis membatasi permasalahanpada :

1. Kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang dan juga sebagai investasi besar bagi

perusahaan dengan cara membahagiakan para pelanggan.
2. Kualitas pelayanan yang diberikan harus dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan.
3. Kepercayaan yang tinggi akan menjadi relasi yang baik antara perusahaan dengan pelanggannya, serta menjadi pondasi dan menjadi faktor kunci bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan.
4. Penentuan lokasi yang dipilih oleh perusahaan harus mudah dijangkau dan lalu lintasnya tidak terdapat banyak hambatan guna pelanggan akan merasa terpuaskan.

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat dirumuskan dalam penellitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah UPC Pegadaian Mojoroto?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah UPC Pegadaian Mojoroto?
3. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah UPC Pegadaian Mojoroto?
4. Apakah kualitas pelayanan, kepercayaan, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah UPC Pegadaian Mojoroto?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di UPC Pegadaian Mojoroto.
2. Untuk menganalisis pengaruh signifikan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah di UPC Mojoroto.
3. Untuk menganalisis pengaruh signifikan lokasi terhadap kepuasan nasabah di UPC Mojoroto.
4. Untuk menganalisis pengaruh signifikan secara simultan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan lokasi terhadap nasabah di UPC Pegadaian Mojoroto.

Kegunaan Penelitian

Sedangkan hasil dari penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat antara lain sebagai berikut:

1. **Manfaat Praktis**
   a. Dengan dilakukannya penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan pada Unit Pelayanan Cabang Mojoroto diharapkan dapat memberi saran dan masukan kepada Pegawai dan Staff mengenai fasilitas maupun sarana prasarana yang masih belum memadai sehingga bisa membuat kepuasan pada nasabah.
   b. Penelitian mengenai kepercayaan pada Unit Pelayanan Cabang Pegadaian Mojoroto diharapkan terciptannya kepercayaan yang tinggi sehingga dapat menjadi relasi yang panjang antara nasabah dengan perusahaan.
   c. Penelitian mengenai lokasi pada Unit Pelayanan Cabang Pegadaian Mojoroto, diharapkan dapat memberikan solusi tepat kepada pimpinan dan tiap pegawai pada semua bidang mengenai pemilihan lokasi yang strategis guna menarik keinginan nasabah untuk datang ke lokasi perusahaan.
   d. Penelitian mengenai kepuasan pelanggan pada Unit Pelayanan Cabang Pegadaian Mojoroto, diharapkan dapat memberikan saran masukan guna menciptakan kepuasan yang dapat memenuhi keinginan nasabah.
2. **Manfaat Teoritis**
   a. Bagi peneliti, Sebagai sarana untuk melatih berfikir secara ilmiah dengan berdasar pada disiplin ilmu yang diperoleh di bangku kuliah khususnya yang berhubungan dengan kualitas

pelayanan, kepercayaan, lokasi, dan kepuasan pelanggan.

b. Bagi pembaca, informasi yang didapatkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan bahan kajian dalam penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

Kajian Teori

Kepuasan Nasabah

Menurut Walker (2011:35), "kepuasan pelanggan adalah keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi". Secara umum kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan".Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2011:101) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari :

1) Kesesuaian harapan
2) Minat berkunjung kembali
3) Kesediaan merekomendasikan

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2011:47), mengemukakan bahwa "kualitas" "merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan".Kotler (2012:352) menyatakan, pelayanan adalah setiap kegiatan dan manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak ke pihak lain yang ada dasarnya tidak berwujud dan tidak perlu berakibat pemilikan sesuatu."

Menurut Tjiptono (2011:84)), terdapat lima indikator kualitas pelayanan yang disususn sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya yaitu sebagai berikut :

1) Ruang tunggu yang nyaman
2) Komunikasi yang baik
3) Dapat dipercaya
4) Cepat tanggap
5) Pelayanan yang akurat

Kepercayaan

Dalam persaingan bisnis sekarang kepercayaan memegang peranan yang sangat penting terutama dalam menjaga suatu hubungan.Menurut Jasfar (2010:167)"kepercayaan menjadi senjata yang sangat ampuh dalam mebina hubungan, karena tingginya kepercayaan diri dari suatu perusahaan, membuat perusahaan tersebut kuat dalam membina hubungannya dengan kelompok *stakehokder*-nya".Indikator dari kepercayaan menurut Camp dalam Ling *et al.* (2010:67) yaitu:

1) Keamanan
2) Privasi
3) Reliabilitas

Lokasi

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:92), "menyatakan bahwa lokasi,

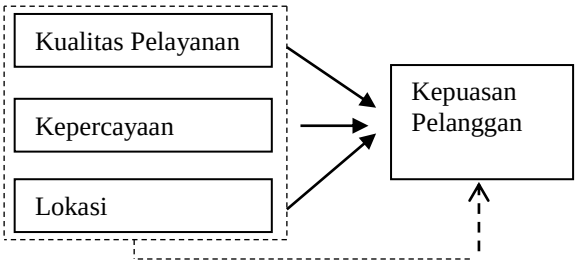
yaitu, berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan ataudijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Lokasi atau tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian kepada para pelanggan dan dimana lokasi yang strategis.Menurut Tjiptono (2011:190) beberapa dimensi yang digunakan untuk mengukur lokasi adalah :

1) Akses
2) Visibilitas
3) Lalu lintas
4) Tempat parkir yang luas.
5) Ekspansi

Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Nining Catur Pawestriningtyas, Suharyono, Imam Suhadi (2014) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Perum Pegadaian Kantor Cabang Syariah Tlogomas Malang)
2. Tri Hari Koestanto (2014) yang bejudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya".
3. Ahmad Guspul (2014) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo).
4. Catrina Nora Saradisa (2015) dengan judul "Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan"

KerangkaKonsep



Gambar 1
Kerangka konsep penelitian

Keterangan:

→ : Pengaruh secara parsial

- - - - - → : Pengaruh secara simultan

Hipotesis

H1: Diduga terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada UPC Pegadaian Mojoroto.

H2: Diduga terdapat pengaruh signifikan kepercayaanterhadap kepuasan nasabah pada UPC Pegadaian Mojoroto.

H3: Diduga terdapat pengaruh signifikan lokasiterhadap kepuasan nasabah pada UPC Pegadaian Mojoroto.

H4: Diduga terdapat pengaruh signifikan secara simultan kualitas pelayanan,

kepercayaan, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah pada UPC Pegadaian Mojoroto

METODE PENELITIAN

Identifikasi Variabel penelitian

Variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).Variabel independen pada penelitian ini adalahkualitas pelayanan (X_1), kepercayaan (X_2) dan lokasi (X_3).

Pendekatan dan Teknik Penelitian

Penelitian ini menjelaskan hubungan memengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014:11) "pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang akan diambil untuk menganalisis pengaruh antar variabel dinyatakan dengan angka".

Teknik penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih Sugiyono (2014:81). Penelitian ini menjelaskan hubungan memengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti..

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Unit Pelayanan Cabang (UPC) Pegadaian Mojoroto yang merupakan salah satu pegadaian di Kota Kediri yang berada di Jl. Wachid Hasyim No. 03 Kelurahan Bandarlor Kecamatan Mojoroto. Waktu penelitian ini berlangsung selama kurang lebih 4 bulan, mulai bulan Maretsampai dengan Juni 2017

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2014:80). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Nasabah yang masih aktif menggunakan jasa layanan dari UPC Pegadaian Mojoroto Kota Kediri.

Menurut Sugiyono (2014:81), "sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sampel diambil berdasarkan teknik*accidental random sampling*, karena jumlah populasi di Unit Pelayanan Cabang (UPC) Pegadaian Mojoroto tidak terbatas. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus roscoe dalam Sugiyono (2014:91), sehingga diperoleh jumlah sampelnya adalah 52 responden.

Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang berisi

pertanyaan sehingga responden tinggal memilih jawaban dengan memberikan centangatau*check list* pada kolom pilihan jawaban yang telah disediakan dalam kuesioner atau angket dan diukur menggunakan skala Likert 1 sampai 5.

Menurut Sugiyono (2014:93) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial

Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah Arikunto (2011:168).
2. Reliabilitas merujuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut cukup baik Arikunto (2011:178).

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, cara dalam pengumpulan data yaitu dengan kuesioner, observasi, dokumen dan kepustakaan.

Teknik Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak (Priyatno, 2016:154).
b. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2011:105).
c. Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi dari residual untuk satu pengamatan dengan pengamatan lain yang disusun menurut kurun waktu (Priyatno, 2016:139).
d. Uji Heteroskedastisitasbertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variable dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Menurut Ghozali (2011:139), Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap,maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas.

e. **Analisis Regresi Linier Berganda**

Menurut Priyatno (2016:47), “analisis persamaan regresi linier berganda adalah analisis untuk mengetahui hubungan antara lebih dari satu variabel independen dengan

variabel dependen menggunakan persamaan linier". Adapun persamaan regresi linier berganda menurut Sugiyono (2014:277) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = ß_o + ß_1X_1 + ß_2X_2 + ß_3X_3 + e$$

Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t),digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Priyatno, 2016:66).
b. Uji Simultan (Uji F),digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Priyatno, 2016:63).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Berdasarkan hasil pengujian validitas diketahui bahwa nilai rhitung dari semua item variabel (kualitas pelayanan, kepercayaan, lokasi, dan kepuasan pelanggan) lebih besar dari pada rhitung. Hal ini berarti semua item yang ada dalam variabel sudah valid.

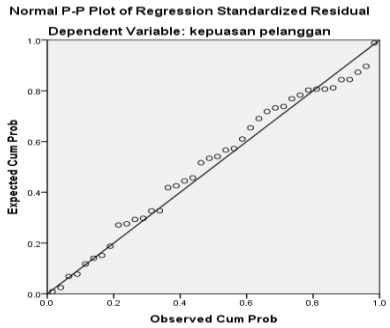
Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diketahui bahwa masing-masing variabel (kualitas pelayanan, kepercayaan, lokasi,dan kepuasan pelanggan) memiliki nilai r alpha hitung (*cronch's alpha*) lebih besar dari 0,60yang berarti reliabel.Dengan demikian, hasil uji reliabilitas semua variabel adalah reliabel.

ANALISIS DATA

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 2
Hasil Grafik *Normal Probability Plot*
Sumber : Hasil olah data *SPSS Statistics* 23

Hasil Grafik *Normal Probability Plot* memperlihatkandata menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka produk regresi memenuhi asumsi normalitas

Tabel 1
Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov test*

		Kepuasan Pelanggan
N		40
Normal Parameters[a,b]	Mean	21,750
	Std. Deviation	2,0350
Most Extreme Differences	Absolute	,126
	Positive	,126
	Negative	-,124
Test Statistic		,126
Asymp. Sig. (2-tailed)		,109[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
Sumber : Hasil olah data SPSS Statistics 23

Hasil Uji *Kolmogorov Smirnovtest* diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,109> 0,05, maka data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2
Pengujian Multikolinearitas
Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	,849	1,177
	Kepercayaan	,975	1,025
	Lokasi	,861	1,162

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Sumber: Hasil olah data SPSS

Dari tabel 2 di atas, diketahui bahwa setiap variabel bebas mempunyai nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini terbukti terbebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

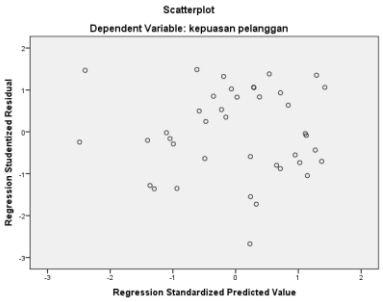
Tabel 3
Pengujian Autokorelasi
Model Summary[b]

Model	Durbin-Watson
1	1,680

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Kepercayaan (X2), Kualitas Pelayanan (X1)
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan(Y)
Sumber: Hasil olah data SPSS

Berdasarkan tabel 3 diatas, diketahui bahwa nilai *DW* sebesar 1,680. Nilai dL dengan k=3, n= 40 yaitu 1,660, nilai dU sebesar 1,660 maka nilai 4-dU = 2,340. Jadi 1,660< 1,680< 2,340 atau dU<DW<4-dU, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4
Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Hasil olah data *SPSS*

Hasil analisis data menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	5,172	1,844
	Kualitas Pelayanan	,097	,141
	Kepercayaan	,197	,155
	Lokasi	,630	,945

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Sumber: Hasil olah data *SPSS*

Berdasarkan tabel 4 di atas, maka dapat dinotasikan dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = 5{,}172 + 0{,}097\ X_1 + 0{,}197 X_2 + 0{,}630\ X_3}$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

a. Konstanta = 5,172

Apabila kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2) dan lokasi (X3)

diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali (=0), maka nilai keputusan pembelian sebesar 5,172.

b. Koefisien regresi X1 = 0,097
Apabila kualitas pelayanan (X1) naik 1 (satu) satuan dan kepercayaan (X2) juga lokasi (X3) tetap, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,097.

c. Koefisien regresi X2 = 0,197
Artinya apabila kepercayaan (X2) naik 1 (satu), kualitas pelayanan (X1) juga lokasi (X3) tetap, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,197.

d. Koefisien regresi X3 = 0,630
Apabila lokasi (X3) naik 1 (satu) satuan dan kualitas pelayanan (X1) juga kepercayaan (X2) tetap, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,630.

Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi (R^2)

Tabel5
Hasil Uji Korelasi dan Determinasi
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,927[a]	,859	,847	1,149	1,680

[a]redictors: (Constant), Lokasi (X3), Kepercayaan (X2), Kualitas Pelayanan (X1)
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)
Sumber: Hasil olah data *SPSS*

Berdasarkan tabel 5 diatas diketahui bahwa nilai *adjusted R square* yang diperoleh sebesar 0,847. Hal ini berarti 84,7% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variable kualitas pelayanan, kepercayaan,lokasidan sisanya dipengaruhi oleh 13variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.172	1.844		2.805	.008
Kualitas pelayanan	.097	.047	.141	2.075	.045
Kepercayaan	.197	.080	.155	2.451	.019
Lokasi	.630	.045	.945	13.999	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan(Y)

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 6
Hasil Uji t
Sumber: Hasil olah data SPSS

H1 : Nilai signifikan variabel kualitas pelayanan adalah 0,045. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel kualitas pelayanan< 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa kualitaspelayanan secaraparsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H2: Nilai signifikan variabelkepercayaan adalah 0,019. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel kepercayaan< 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a

diterima. Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan secaraparsial berpengaruh terhadap kepuasan pelangganSehingga untuk hipotesis kedua (H2) diterima.

H3: Nilai signifikan variabellokasi adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel lokasi< 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa lokasisecaraparsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga untuk hipotesis ketiga (H3) diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7
Hasil Uji F
ANOVA[a]

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	289.422	3	96.474	73.036	,000[b]
Residual	47.553	36	1.321		
Total	336.975	39			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan(Y)
b. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Kepercayaan (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Hasil olah data *SPSS Statistics* 23

Berdasarkan tabel 7 di atas, diketahui bahwa diperoleh nilai signifikan adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji F variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan lokasi< 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari pengujian simultan ini adalah kualitas pelayanan, kepercayaan dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara hargaterhadap keputusan pembelian di Alfamart Raya Sembon Kota Tulungagung.Hal ini sejalan dengan teori Tjiptono (2015:289), yang menyatakan bahwa harga merupakan salah satu keputusan terpenting dalam memutuskan pembelian.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Faedah (2016) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Clarissa (2014) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara variasi produkterhadap keputusan pembelian di Alfamart Raya

Sembon Kota Tulungagung.Hal tersebut sejalan dengan teori dari Utami (2008:171) yang menyatakan bahwa menawarkan keragaman atau variasi produk yang cukup akan memuaskan kebutuhan dan harapan konsumen hingga akhirnya konsumen membuat keputusan pembelian.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Setianingsih (2016) yang menyatakan bahwa keragaman produk (variasi produk) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh *General Interior* terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis (H3) telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara *general interior* terhadap keputusan pembelian di Alfamart Raya Sembon Kota Tulungagung.Hal tersebut sejalan dengan teori dari Berman dan Evan (2010:509) yang menyatakan bahwa penataan *general interior* penting karena posisi inilah biasanya pengambilan keputusan untuk membeli diambil sehingga akan mempengaruhi jumlah penjualan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Basransyah, Hermanto dan Johansyah (2016) serta penelitian yang dilakukan oleh Dessyana (2013) yang menyatakan bahwa *general interior*berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga, Variasi Produk dan *General Interior* terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis (H4) telah membuktikan bahwa harga, variasi produk dan *general interior* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Alfamart Raya Sembon Kota Tulungagung. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Setyaningsih (2016) yang menyatakan bahwa persepsi harga, keragaman produk, dan suasana toko berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Alfamart Raya Sembon Kota Tulungagung.
2. Variasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Alfamart Raya Sembon Kota Tulungagung.
3. *General interior* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap

keputusan pembelian di Alfamart Raya Sembon Kota Tulungagung.

4. Harga, variasi produk dan *general interior* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Alfamart Raya Sembon Kota Tulungagung.

Saran

1. Bagi Perusahaan

   Pihak Alfamart Raya Sembon harus senantiasa menentapkan harga yang tepat, menambah merek dan jenis produk yang dijual serta meningkatkan persediaan produk yang dijual. Selain itu, Alfamart Raya Sembon sebaiknya mempertahankan elemen-elemen *general interior* yang dianggap baik dan memperbaiki elemen-elemen yang dianggap kurang baik. Elemen-elemen *general interior* yang dianggap kurang baik yaitu pewarnaan dinding yang dianggap monoton.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Penelitian ini dapat dijadikan jembatan untuk melakukan penelitian selanjutnya, khususnya di bidang kajian yang sama. Dan peneliti selanjutnya dapat memperluas lagi variabel-variabel yang digunakan sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih akurat lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. 2013. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Basransyah, A., Hermanto dan Johansyah. 2016. *Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Toko dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eramart Timbau Di Tenggarong*. eJournal Unikarta, (Online), Vol 16 No 2, tersedia: ejournal.unikarta.ac.id ,diunduh 20 Maret 2017.

Berman, B.& Joel R. Evans. 2010. *Retail Management a Strategic Approach, 8th Edition.* New Jersey: Pearson

Clarissa. 2014. *Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Harga, KeragamanProduk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Goro Assalam Hypermart.* Universitas Muhammadiyah Surakarta: Surakarta.

Dessyana, C. J. 2013. *Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Texas Chicken Multimart II* Manado. Manado: Universitas Sam Ratulangi.

Djohan, A. J. 2016. *Manajemen & Strategi Pembelian.* Malang: Media Nusa Creative.

Faedah, N. 2016.*Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Lea Pada Showroom Lea di Samarinda.*Samarinda: Universitas Mulawarman.

Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Groover P, Mikel. 2010. *Fundamentals Of Modern Manufacturing: Materials, Process And Systems 4th Edition.* London: John Wiley Sons, Inc.

Kismono, G. 2001. *Pengantar Bisnis.* Edisi 1. Cetakan 1. Yogyakarta: BPFE.

Kotler, P. dan Gary A. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. And Keller, Kevin L. 2012. *Marketing Management* 13. New Jersey: Pearson Prectince Hall, Inc.

Levy, M., Barton A. Weitz. 2009. *Retailing Management*, 7th Edition. Boston: McGraw Hill-Irwin.

Priyatno, D. 2016. *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS.* Yogyakarta:Gava Media.

Riduwan. 2013. *Dasar-Dasar Statistika edisi Revisi*. Bandung:Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung:Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung:Alfabeta.

Setianingsih, N. F. 2016. *Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta).* Skripsi.Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Tjiptono, F. 2015. *Strategi pemasaran edisi 4*. Yogyakarta: CV. ANDI.

Utami, C. W. 2008. *Manajemen Ritel—Strategi dan Implementasi Ritel Modern.* Jakarta: Salemba Empat.

Utami, C. W. 2010. *Manajemen Ritel—Strategi dan Implementasi Ritel Modern.* Jakarta: Salemba Empat.

www.minimarketrak.com diakses pada 01 April 2017.

www.komite.iddiakses pada 02 April 2017