

**PENGARUH HARGA, LOKASI, INOVASI PRODUK DAN
KESIAPAN MENANGGUNG RESIKO TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN TOKO SEMBAKO BANGUN PURBA DI
MEDAN**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

Gunawan

191010006

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
EKA PRASETYA
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

Judul: PENGARUH HARGA, LOKASI, INOVASI PRODUK DAN KESIAPAN
MENANGGUNG RESIKO TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MELALUI
KEPUASAAN PELANGGAN DI TOKO SEMBAKO BANGUN PURBA DI
MEDAN.

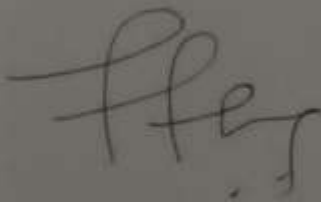
Nama: GUNAWAN
Nim: 191010006
Program Studi: MANAJEMEN KEWIRAUUSAHAAN
Perguruan Tinggi: STIE EKA PRASETYA

Medan, 6 Februari 2023

Disetujui oleh
Tim Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II



Hommy Dorthy Ellvany Sinaga, S. T., M.M.
NIDN: 0112027303



Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.
NIDN: 0115088601

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH HARGA, LOKASI, INOVASI PRODUK
DAN KESIAPAN MENANGGUNG RESIKO
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MELALUI
KEPUASAAN PELANGGAN DI TOKO SEMBAKO
BANGUN PURBA MEDAN.

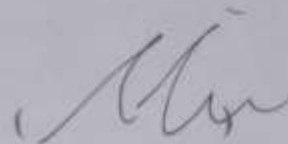
Nama : Gunawan
NIM : 191010006
Program Studi : Manajemen Kewirausahaan
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 13, April 2023
Dewan Penguji,

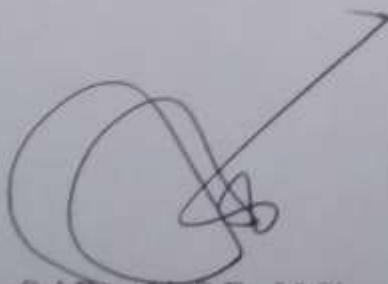
Penguji I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN 0006037202



Penguji II : Muammar Rinaldi, S.Pd., M.Si.
NIDN 0108069301



STIE Eka Prasetya,
Ketua



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah hasil pekerjaan saya. Apabila saya menggunakan atau mengutip hasil pekerjaan orang lain untuk Tugas Akhir saya, maka saya mengindikasikan hal tersebut secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Apabila saya melanggar maka saya bersedia mendapat sanksi plagiarisme sesuai prosedur yang ditetapkan di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Gunawan
NIM	191010006
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Harga, Lokasi, Inovasi Produk dan Kesiapan Menanggung Resiko terhadap Keberhasilan Usaha melalui Kepuasan Pelanggan di Toko Sembako Bangun Purba Medan.
Pembimbing Tugas Akhir	
Pembimbing – I	Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S. T., M.M.
Pembimbing – II	Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 11 Mei 2023



Gunawan
191010006

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan Karunia-Nya dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penelitian ini merupakan tugas akhir guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Indonesia Medan. Judul penelitian yang dilakukan peneliti adalah: **“PENGARUH HARGA, LOKASI DAN INOVASI PRODUK DAN KESIAPAN MENANGGUNG RESIKO TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MELALUI KEPUASAN PELANGGAN TOKO SEMBAKO BANGUN PURBA DI MEDAN”**.

Dalam menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini, peneliti banyak memperoleh bantuan berupa nasehat-nasehat, petunjuk-petunjuk serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, ST.,S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E.,M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, sekaligus sebagai Dosen Pembimbing 1, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S. T., M.M., yang telah banyak memberikan arahan hingga rampungnya proposal skripsi ini.

4. Bapak Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak memberikan arahan hingga rampungnya proposal skripsi ini.
5. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
6. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.
7. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
8. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
9. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
10. Kedua orang tua tercinta saudara/i-ku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, material maupun spiritual.

Medan, 8 Mei 2023

Gunawan

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, LOKASI, INOVASI PRODUK DAN KESIAPAN MENANGGUNG RESIKO TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MELALUI KEPUASAN PELANGGAN TOKO SEMBAKO BANGUN PURBA DI MEDAN

Tahun 2023 jumlah minimarket di Indonesia mencapai 18.727 unit. Jumlah minimarket yang semakin bertambah dari tahun ke tahun menyebabkan persaingan yang ketat. Sehingga keberadaan pedagang kios tradisional semakin terhimpit. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya, faktor yang membuat konsumen merasa puas yaitu diantaranya harga, lokasi, Inovasi produk dan Kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha . Dengan memahami hal tersebut maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi Inovasi produk dan Kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Dengan populasi pelanggan Toko Bangun Purba, dengan jumlah sampel 200 responden. Untuk pengumpulan data meliputi observasi, penyebaran kuesioner dan studi kepustakaan. Metode analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, analisis linear berganda dan uji hipotesa, uji t, uji, dan uji analisis koefisien determinasi. Dari analisis tersebut diperoleh analisis regresi $Y = 8,743 + 0,122 (X_1) + 0,062 (X_2) + 0,426 (X_3) - 0,019 (X_4)$. Uji T untuk variabel harga diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,047 > 1,653$) dengan tingkat signifikan $0,042 < 0,05$. Untuk variabel lokasi $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,774 > 1,653$) dengan tingkat signifikan $0,078 > 0,05$. Untuk variabel Inovasi produk diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,841 > 1,653$) dan hasil signifikan $0,00 < 0,05$. Dan untuk variable Kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,149 < 1,653$) dan hasil signifikan $0,882 > 0,05$ Dapat disimpulkan bahwa harga, lokasi Inovasi produk dan Kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Toko Bangun Purba.

Kata Kunci : Harga, Lokasi, Inovasi Produk, Kesiapan Menanggung Resiko Terhadap Keberhasilan Usaha, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The influence of Price, Location, Product Innovation, and taking risks on business success through customer satisfaction at an ancient grocery store in medan.

In 2023 the number of minimarkets in Indonesia reached 18,727 units. The number of minimarkets which is increasing from year to year causes intense competition. So that the existence of traditional kiosk traders increasingly squeezed in this intense competition. One of the way to win the competition, companies must be able to understand the needs and desires of their customers, factors that make consumers feel satisfied, including price, location and taking risks on business success. By understanding the needs and desires of customers, it will provide important input for companies to design marketing strategies in order to create satisfaction for their customers and be able to survive in competing in the market. This study aims to determine the effect of price, location and product quality on customer satisfaction. This type of research is quantitative. With a population of customers Shop Bangun Purba, with a sample of 200 respondents. For data collection including observation, questionnaire distribution and study of literature. The analytical methods used are validity test, reliability test, classic assumption test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear analysis and hypothesis test, t test, test and coefficient of determination test. Price, location and taking risks on business success variables tested using the T test show that the three independent variables significantly affect customer satisfaction as the dependent variable. The results of the study using multiple linear regression analysis. $Y = 8,743 + 0,122 (X_1) + 0,062 (X_2) + 0,426 (X_3) - 0,019 (X_4)$ From the analysis obtained regression analysis: Customer Satisfaction ...T test for price variables is obtained $t_{count} > t_{table}$ (2,047 > 1,653) with a significant level of 0,042 < 0.05. For location variables $t_{count} > t_{table}$ (1,774 > 1.653) with a significant level of 0.078 > 0.05. For product quality variables obtained $t_{count} > t_{table}$ 8,841 > 1.653) and significant results 0.00 < 0.05. and variables obtained $t_{count} > t_{table}$ 0,149 < 1.653) and significant results 0.882 > 0.05. It can be concluded that nutrient, location and product quality have a positive and significant effect on customer satisfaction of the Shop Bangun Purba.

Keywords: Price, Location, Product Innovation, taking risks on business success, customer satisfaction

MOTTO

Menjadikan kebutuhan pokok semua orang dapat terpenuhi dan dapat mengembangkan usaha sehingga bisa menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain. Meningkatkan kualitas produk dan mendapatkan kepuasan dari para pelanggan.

Making everyone's basic needs fulfilled and being able to develop businesses so that they can create jobs for others. Improve product quality and get satisfaction from customers.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa dan atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada:

1. Tuhan YME, karena hanya atas izin dan karuniaNya maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga pada Tuhan penguasa alam yang meridhoi dan mengabulkan segala doa.
2. Orang tua tersayang Bapak Muhammad Ali Akbar dan Ibu Hommy Sinaga yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya, Juga Bapak Salim dan Ibu Anny orang tua kandung. karena tiada kata seindah lantunan doa dan tiada doa yang paling khusuk selain doa yang terucap dari orang tua. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembahan bakti dan cinta ku untuk kalian bapak ibuku.
3. Bapak dan Ibu Dosen pembimbing, penguji dan pengajar, yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya, agar saya menjadi lebih baik. Terimakasih banyak Bapak dan Ibu dosen, jasa kalian akan selalu terpatrit di hati.
4. Saudara saya (Kakak dan Adik), yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, senyum dan doanya untuk keberhasilan ini, cinta kalian adalah

memberikan kobaran semangat yang menggebu, terimakasih dan sayang ku untuk kalian.

5. Sahabat dan Teman Tersayang, tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tak kan mungkin aku sampai disini, terimakasih untuk canda tawa, tangis, dan perjuangan yang kita lewati bersama dan terimakasih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini. Dengan perjuangan dan kebersamaan kita pasti bisa! Semangat!!

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK (BAHASA INDONESIA).....	vii
ABSTRAC (BAHASA INGGRIS)....	viii
MOTTO.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Indetifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	11
2.1.2 Indikator Kepuasan Pelanggan	12
2.2 Pengertian Harga	13
2.2.1 Indikator Harga.....	14
2.3 Pengertian Lokasi	15
2.3.1 Indikator Lokasi.....	16
2.4 Pengertian Inovasi Produk.....	17
2.4.1 Indikator Inovasi Produk	18
2.5 Pengertian Kesiapan Menanggung Resiko Terhadap Keberhasilan Usaha	20
2.5.1 Indikator Kesiapan Menanggung Resiko Terhadap Keberhasilan Usaha	21
2.6 Penelitian Terdahulu.....	22
2.7 Hipotesis	24

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
3.3 Kerangka Konsep	28
3.4 Definisi Operasional Variabel Pebelitian... ..	30
3.5 Populasi dan Sampel.....	31
3.6 Metode Pengumpulan Data	32
3.7 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	33
3.7.1 Karakteristik Responden	34
3.7.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
3.7.2.1 Uji Validitas	34

3.7.2.2 Uji Reliabilitas	34
3.8 Uji Asumsi Klasik	35
3.9 Uji Normalitas	36
3.10 Uji Multikolinlaritas	36
3.11 Uji Heteroskedastisitas	37
3.12 Uji Analisis Linear Berganda	38
3.13 Pengujian Hipotesis	39
3.14 Uji T	39
3.15 Koefisien Determinasi(R ²).....	41
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Sejarah Toko Sembako Bangun Purba.....	42
4.2 Visi dan Misi Objek Penelitian.....	43
4.3 Budaya Organisasi.....	44
4.3.1 Pengertian Budaya Organisasi.....	44
4.3.2 Fungsi Budaya Organisasi.....	44
4.3.3 Jenis / Tipe Budaya Organisasi.....	45
4.3.4 Contoh Budaya Organisasi.....	46
4.4 Struktur Organisasi Objek Penelitian.....	47
4.5 Kegiatan Operasional Perusahaan.....	48
4.6 Kompetitor Toko Sembako.....	49
4.7 Gambar Toko Sembako.....	51
4.8 Analisis Data Penelitian	54
4.8.1 Karakteristik Responden	54
4.8.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	56
4.8.2.1 Hasil Uji Validitas	56
4.8.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	60
4.8.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	65
4.8.4 Hasil Uji Normalitas.....	65
4.8.5 Hasil Uji Multikolinearitas	67
4.8.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
4.8.7 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	69
4.8.8 Hasil Uji Hipotesis/ T.....	72
4.8.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	74
4.9 Interpretasi Data/ Pembahasan	75
4.9.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	75
4.9.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	76
4.9.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	76
4.9.4 Pengaruh Kesiapan Menanggung Resiko Terhadap Keberhasilan Usaha Melalui Kepuasan Pelanggan.....	77
 BAB V PENUTUP	
6.1 Kesimpulan.....	78
6.2 Implikasi Manajerial.....	79
6.3 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN	84

A. KUESIONER	
B. TABULASI DATA T TABEL DAN T HITUNG	
RIWAYAT HIDUP	136

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBINGBING
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI
PERNYATAAN PLAGIARISME
HALAMAN PERSEMBAHAN
LEMBAR SURAT IZIN RISET
LEMBAR SURAT BALASAN RISET
FTC BERWARNA KARTU PESERTA SEMPRO
FTC BERWARNA KARTU BIMBINGAN

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1.1	Data perbandingan Harga Produk dari Toko Bangun Purba dan Toko Mula Jadi	5
1.2	Data perbandingan Jumlah Pelanggan dari Toko Bangun Purba dan Toko Mula Jadi 2021	6
2.1	Penelitian Terdahulu	22
3.1	Jadwal Kegiatan Penelitian	27
3.2	Operasional Variabel Penelitian	30
4.1	Hasil Uji Validasi Kepuasan Pelanggan	57
4.2	Hasil Uji Validasi Harga	57
4.3	Hasil Uji Validasi Lokasi	58
4.4	Hasil Uji Validasi Inovasi Produk	59
4.5	Hasil Uji Validasi Kesiapan Menanggung Resiko Terhadap Keberhasilan Usaha	60
4.6	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	61
4.7	Hasil Uji Reliabilitas Harga	61
4.8	Hasil Uji Reliabilitas Lokasi	62
4.9	Hasil Uji Reliabilitas Inovasi Produk	62
4.10	Hasil Uji Reliabilitas Kesiapan Menanggung Resiko Terhadap Keberhasilan Usaha	63
4.11	Hasil Uji Reliabilitas	64
4.12	Hasil Uji Normalitas	66
4.13	Hasil Uji Multikolinearitas	67
4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
4.15	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	70
4.16	Hasil Uji T	72
4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi	75

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
2.1	Kerangka Konseptual	25
3.1	Desain Penelitian	28
4.1	Struktur Organisasi	47
4.2	Jenis Kelamin Responden	54
4.3	Usia Responden	55
4.4	Pendidikan Terakhir Responden	56
4.5	Grafik Histogram	66
4.6	P-P Plot	67
4.7	Grafik Scatter Plot	70

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Hal
1	Koesioner Penelitian	84
2	Data Indetitas Responden	90
3	Distribusi Jawaban Responden	96
4	Mapping Penelitian Terdahulu	120
5	Hasil Uji Validitas	124
6	Hasil Uji Reakibilitas	127
7	Hasil Uji Asumsi Klasik	129
8	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	130
9	Hasil Uji T	131
10	Hasil Uji Koefisien Determinasi	131

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada umumnya tujuan didirikan suatu perusahaan atau toko antara lain adalah untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Pencapaian tujuan perusahaan itu sendiri dapat dilakukan melalui kegiatan kewirausahaan untuk menjual produknya. Kegiatan kewirausahaan mempunyai arti yang sangat penting bahkan dapat dikatakan sebagai ujung tombak perusahaan.

Seni memulai bisnis, pada dasarnya dari perusahaan atau toko yang menawarkan produk, proses atau layanan kreatif adalah kewirausahaan. Membuka perusahaan atau toko bukanlah tugas mudah bagi calon *entrepreneur* itu harus mengambil keputusan yang sangat besar, harus berusaha, sabar, dan bekerja keras.

Seseorang ingin menjadi wirausahawan antara lain: adanya kebutuhan untuk berhasil, keinginan untuk mengambil resiko, percaya diri, dan adanya keinginan yang kuat untuk berbisnis. Setiap orang memiliki tingkat kebutuhan atas keberhasilan usaha yang ingin dicapainya.

Peningkatan ekonomi suatu negara ditentukan dari banyaknya lapangan pekerjaan yang dapat dihasilkan dari negara tersebut. penyediaan lapangan kerja bukan hanya merupakan tanggung jawab pemerintah namun juga masyarakat yaitu wirausaha.

Wirausahawan yang merupakan orang yang memiliki sebuah usaha sendiri biasanya menggunakan tenaga kerja dalam menjalankan usahanya. Toko retail sembako memiliki jumlah produk yang variatif dan menjual berbagai kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan untuk kegiatan rumah tangga.

Salah satu wirausahawan yang memulai usahanya di bidang sembako yaitu pada toko Bangun Purba yang merupakan toko kelontong yang menjual berbagai kebutuhan seperti minyak, sembako, beras, dan berbagai kebutuhan rumah tangga lainnya. Dengan harga yang terjangkau dan memiliki lokasi yang strategis yaitu di dekat dua jalan besar.

Toko Bangun Purba saat ini beromset sekitar 1 Miliar rupiah per tahun, dengan omset terbesarnya adalah pada penjualan beras yang berkisar antara tiga ratus juta rupiah per tahun. Tata letak toko Bangun Purba dekat dipasar dan apabila persediaan toko hampir habis, maka toko membeli barang dari toko lain dan menjual dengan harga yang berbeda kepada pelanggan.

Kepuasan Pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan performance produk terhadap ekspektasi mereka. Jika performance gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan menjadi tidak puas. Jika performance sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan menjadi puas. Jika performance melebihi ekspektasi, maka pelanggan merasa sangat puas.(Firdiyansyah, 2017).

Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan dalam sesuatu yang harus diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan (Firdiyansyah, 2017).

Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha(Firdiyansyah, 2017).

Inovasi produk berkaitan dengan hal baru yang diciptakan sebagai bentuk terobosan terhadap produk, jasa, ide, dan persepsi dari seseorang yang dapat berupa produk-produk yang baru, pengembangan produk-produk baru, perubahan desain, inovasi teknis, hingga pemikiran bisnis baru atau proses yang baru(Fauzi & Mandala, 2019).

keberhasilan suatu usaha karena dapat meningkatkan tingkat profitabilitas dan memperluas pangsa pasar yang mana perasaan puas ini akan menimbulkan rencana untuk pembelian ulang dan sebaliknya apabila pelanggan merasa tidak puas maka pelanggan akan merespon dengan tindakan mendiamkan saja atau dapat juga melakukan komplain atas keluhan yang dirasakan(Fauzi & Mandala, 2019).

Proses penciptaan sesuatu yang baru yang pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung resiko keuangan, fisik, serta resiko social yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan serta kepuasan dan keberhasilan pribadi (Irawan & Mulyadi, 2016).

Tempat menjalankan sebuah usaha, sudah pasti ada resiko yang harus ditanggung oleh seorang pengusaha. Resiko sendiri memiliki arti yaitu adanya kemungkinan mengalami kerugian atau kegagalan karena tindakan atau peristiwa tertentu.

Kepuasan konsumen adalah satu salah satu tujuan perusahaan karena akan mendorong menuju loyalitas konsumen. kepuasan konsumen akan terjadi ketika konsumen merasa kinerja perusahaan sesuai atau melebihi harapannya. Kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Pradana et al., 2020).

Toko Bangun Purba adalah toko sembako yang telah beroperasi selama 31 tahun menjual berbagai macam jenis barang yang diperjual, terletak di Jln. Gatot Subroto No.142 Medan. Pada saat ini, di Toko Bangun Purba sedang terjadi persaingan dengan Toko Mula Jadi terhadap harga produk dan jumlah pelanggan yang membuat Toko Bangun Purba mengalami penurunan secara drastis dan meningkatnya Harga Produk yang secara terus-menerus dan tersebut.

Adapun data jumlah harga produk dari Toko Bangun Purba dengan toko Mula Jadi bisa dilihat pada tabel 1.

Tabel 1.1
Data perbandingan harga produk dari
toko Bangun Purba dengan Toko Mula Jadi

No	Nama produk	Satuan	Harga toko bangun purba	Harga Toko mula jadi
1.	Telur	1 papan	Rp 54.000	Rp 52.500
2.	Kecap angsa	1 botol	Rp 15.000	Rp 15.000
3.	Beras kutu balam	1 goni (10kg)	Rp 128.000	Rp 126.000
4.	Gula	1 kg	Rp 14.000	Rp 14.000
5.	Tepung terigu	1 kg	Rp 13.500	Rp 12.500
6.	Minyak	1 kg	Rp 14.000	Rp 13.000
7.	Mie instan	1 kotak	Rp 114.000	Rp 112.000
8.	Gas	1 tabung	Rp 18.000	Rp 16.000
9	Kopi salam biasa	1 kg	Rp 36.000	Rp 34.000
10	Susu sachet	1 bungkus	Rp 9.000	Rp 8.000

Sumber: Toko Bangun Purba dan Mula Jadi 2022

Dari tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa harga produk dari toko Bangun Purba memiliki harga jual yang lebih tinggi di bandingkan dengan toko Mula Jadi, akibatnya ini mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ini dapat dilihat dari data jumlah kepuasan pelanggan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data perbandingan jumlah pelanggan dari
Toko Bangun Purba dengan Toko Mula Jadi
2021

Bulan	Jumlah pelanggan toko bangun purba	Jumlah pelanggan toko mula jadi
Januari	207	318
Februari	218	309
Maret	215	306
April	210	301
Mei	211	300
Juni	180	291
Juli	177	288
Agustus	161	272
September	163	274
Oktober	157	268
November	141	252
Desember	134	245
Total	2.174	3.424

Sumber: toko Bangun Purba dan Mula Jadi 2021

Dari tabel 1.2 dapat disimpulkan kepuasan pelanggan dari toko Bangun Purba menurun diakibatkan adanya lokasi kurang strategis, harga jual yang tinggi, produk yang telah kadaluwarsa. Hal ini memperlihatkan bahwa toko Bangun Purba akan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka peneliti mencoba meneliti hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan mengajukan judul penelitian **“PENGARUH HARGA, LOKASI DAN INOVASI PRODUK DAN KESIAPAN MENANGGUNG RESIKO TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MELALUI KEPUASAN PELANGGAN TOKO SEMBAKO BANGUN PURBA DI MEDAN”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Harga jual produk yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk milik pesaing.
2. Lokasi yang kurang strategis mengakibatkan menurunnya jumlah pelanggan.
3. Inovasi produk yang belum memenuhi keinginan pelanggan menyebabkan banyaknya jumlah retur pengembalian produk oleh pelanggan.
4. Kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha tergantung untung atau rugi jumlah pelanggan di toko.
5. Kepuasan pelanggan menurun diakibatkan oleh menurunnya jumlah pelanggan di toko.

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari ketidakjelasan dalam penelitian ini, maka penulis Membatasi masalah pada **“Pengaruh Harga, Lokasi Inovasi Produk dan Kesiapan menanggung resiko terhadap Keberhasilan Usaha melalui Kepuasan Pelanggan toko sembako Bangun Purba di Medan”**.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah pengaruh harga yang ditetapkan toko Bangun Purba berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah pengaruh lokasi yang di pilih sebagai tempat berdirinya toko Bangun Purba berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah pengaruh inovasi produk yang diberikan oleh toko Bangun Purba berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah pengaruh kesiapan menanggung resiko yang dilakukan oleh toko Bangun Purba berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha melalui kepuasan pelanggan?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga yang ditetapkan toko sembako Bangun Purba di Medan terhadap keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi yang di gunakan toko sembako Bangun Purba di Medan terhadap keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan.

3. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi produk yang diberikan oleh toko sembako Bangun Purba di Medan terhadap Keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kesiapan menanggung resiko yang dilakukan oleh toko sembako Bangun Purba di Medan terhadap keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik bagi peneliti, perusahaan dan peneliti selanjutnya, sehingga peneliti mengharapkan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan toko sembako Bangun Purba di Medan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai harga, lokasi, inovasi produk dan kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan.

3. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sebagai bahan perbandingan dan masukan serta bahan pertimbangan perencanaan dimasa yang akan datang bagi perusahaan.

4. Bagi STIE Eka Prasetya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian ilmu dan referensi di masa mendatang bagi mahasiswa program studi manajemen Ilmu Ekonomi STIE Eka Prasetya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antar perusahaan dengan konsumen atau pelanggan menjadi harmonis dan lebih dekat lagi dengan pelanggan.

Menurut (Irawan & Mulyadi, 2016) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Menurut (Kurniawati et al., 2021) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap kenyataan yang diperoleh. Kepuasan atau rasa senang yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan yang bersangkutan. Pelanggan puas kalau setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan, pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Ini akan menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun produsen akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Kepuasan akan terjadi kalau

perusahaan mampu menyediakan produk, pelayanan, harga dan aspek lain sesuai dengan harapan atau melebihi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Eliyawati et al., 2016).

Ciri-Ciri Pelanggan yang puas, perilaku pelanggan yang merasa puas tentu akan berbeda dengan perilaku pelanggan yang tidak puas (Pramulia, Mandey, 2019) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

1. Loyal terhadap produk
2. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif
3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama.

2.1.2 Indikator kepuasan pelanggan menurut Irawan (2008), yaitu:

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya), yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.
2. Selalu membeli produk, yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain, yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.

4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk, yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

2.2 Pengertian Harga

Harga menjadi salah satu elemen yang paling penting yang menentukan pangsa pasar perusahaan dan profitabilitas dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk/jasa, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk/jasa.

Menurut (Kurniawati et al., 2021) mengatakan bahwa harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, atau lebih jelasnya adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan sebuah manfaat dengan memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa.

Harga menurut (Pramulia, Mandey, 2019) adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama dengan pembeli. Bagi konsumen harga merupakan faktor yang menentukan dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk atau tidak. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.

2.2.1 Ada empat indikator Harga menurut Anis Dewi Kurniawati (2021), yaitu:

1. Keterjangkauan Harga.

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal. Dengan harga yang ditetapkan para konsumen banyak yang membeli produk. Misalnya: harga produk terjangkau.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi di antara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik. Misalnya: harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.

3. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang. Misalnya: kesesuaian harga dengan manfaat yang didapatkan konsumen.

4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal-murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut. Misalnya: harga lebih murah dari pesaing.

Berdasarkan dari ke empat dimensi dan indikator harga di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan harga suatu produk setiap perusahaan harus mempertimbangkan Keterjangkauan harga bagi konsumen, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan manfaat yang di rasakan konsumen tanpa mengeluarkan biaya yang lebih besar saat akan membeli produk tersebut.

2.3 Pengertian Lokasi

Lokasi usaha adalah tempat usaha beroperasi atau tempat usaha melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Menurut (Syahidah, 2021) lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Sedangkan menurut (Kurniawati et al., 2021) ***“place include company activities that make the product available to target consumers”***

Lokasi atau tempat juga tidak hanya mempresentasikan suatu kemudahan yang akan didapat oleh konsumen. Seperti yang dikatakan oleh (Pramulia, Mandey, 2019) lokasi atau tempat juga harus bisa memasarkan atau

mempromosikan dirinya sendiri. Lokasi atau tempat pada dasarnya melakukan empat aktivitas, yaitu:

1. Produk atau jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
2. Harga yang ditawarkan harus bisa menarik konsumen dan memperkuat citra yang ingin dibentuk.
3. Menghadirkan lokasi yang strategis sehingga memudahkan bagi konsumen.
4. Lokasi atau tempat akan mempromosikan nilai dan citra dari tempat atau lokasi itu sendiri sehingga konsumen bisa membedakannya dengan toko Lain.

2.3.1 Indikator Lokasi menurut Hendry Janitra Utama, (2016) yaitu:

1. Akses. Misalnya lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi.
2. Visibilitas. Yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lintas (traffic). Menyangkut dua pertimbangan utama:
 - a. Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap pembelian, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha usaha khusus.
 - b. kemacetan lalu lintas bisa juga jadi peluang.
4. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.

5. Daerah Lingkungan sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, restoran atau rumah makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, kampus, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.
6. Persaingan (lokasi pesaing). Sebagai contoh, dalam menentukan lokasi restoran perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama terdapat restoran lainnya.

2.4 Pengertian Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan suatu keharusan, tetapi tidak cukup, untuk berhasil dalam persaingan memiliki proses dan struktur yang dapat digunakan perusahaan untuk mengimplementasikan hasil-hasil usaha internal perusahaan sama pentingnya dengan inovasi itu sendiri. Perkenalan inovasi yang berhasil kepasar mencerminkan efektifitas implementasi. Inovasi produk merupakan proses pengembangan produk baru dapat diselesaikan dengan lebih cepat jika tim pengembangan lintas fungsional bekerja dengan efektif. mempertahankan produk untuk selalu diminati konsumen memerlukan usaha yang kreatif seperti membuat inovasi-inovasi dari produk lain yang sejenis. dengan melalui inovasi produk akan menjadi salah satu faktor Penentu dari sukses perusahaan dan kepuasan nasabah yang diperlukan agar tetap Bertahan, atau menjadi lebih kompetitif. Setiap perusahaan harus melakukan Pengembangan produk baru. Penggantian produk harus ditemukan untuk mempertahankan atau mengembangkan penjualan dimasa depan. Lebih jauh lagi, Pelanggan menginginkan produk baru, dan para pesaing dan para pesaing akan berusaha memenuhinya. Inovasi produk adalah hasil kunci

yang dicari perusahaan melalui kewirausahaan dan sering kali merupakan sumber kompetitif bagi perusahaan yang bersaing dalam perkonomian global. Perusahaan-perusahaan yang Melakukan Inovasi mendapatkan imbalannya sebagai penggerak pertama. Oleh Karena itu, Inovasi ditujukan untuk meningkatkan daya saing strategis perusahaan Dan kinerja keuangannya. Penemuan (invention) adalah tindakan menciptakan Atau mengembangkan suatu produk atau proses baru. Inovasi merupakan proses menciptakan produk komersial dari penemuan. Inovasi diperlukan untuk mempertahankan atau mencapai keseimbangan kompetitif, kurang lebih sebagai keunggulan kompetitif dalam banyak pasar dunia. Selain itu keberhasilan inovasi dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan untuk menyerap dan mengevaluasi informasi lingkungan external. Oleh karena itu biasanya dibangun dengan menyatukan pengetahuan dan keahlian dari banyak sumber, setiap inovasi menciptakan peluang bagi inovasi tambahan. Dari defenisi inovasi produk diatas, dapat ditarik kesimpulannya secara garis besar bahwa inovasi produk adalah inovasi yang digunakan didalam seluruh operasi perusahaan yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya dapat menciptakan pelanggan, dengan melalui pengembangan dan perubahan- perubahan.

2.4.1 Indikator Inovasi Produk menurut Mohamad Irtanak Abdullah, (2016)

yaitu:

Inovasi produk dapat diukur dengan kualitas produk, fitur produk, serta Desain produk. Masing-masing diuraikan sebagai berikut:

1. Fitur Produk.
2. Desain Produk.
3. Kualitas produk.

Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Fitur Produk merupakan sarana kompetitif untuk membedakan produk Satu dengan produk-produk pesaing. Fitur adalah alat untuk bersaing Yang membedakan produk suatu perusahaan dengan perusahaan Lainnya. Fitur produk identik dengan sifat dan sesuatu yang unik, Istimewa dan kekhasan yang tidak dimiliki oleh produk lainnya biasanya Karakteristik yang melekat dalam suatu produk merupakan hasil Pengembangan dari penyempurnaan secara terus menerus.

2. Desain Produk merupakan cara lain dalam menambah nilai bagi Pelanggan. Gaya hanya menjelaskan penampilan produk tertentu, Sedangkan desain memiliki konsep yang lebih dari gaya. Desain berkontribusi tidak hanya pada penampilan, namun juga pada kegunaan Produk.

3. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melakukan Fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, kehandalan, dan ketelitian Yang dihasilkan. Daya tahan yang dimaksud mencerminkan umur Ekonomis dari produk tersebut, sedangkan kehandalan merupakan Konsistensi dari kinerja yang dihasilkan suatu produk dari suatu pembelian Berikutnya.

Berdasarkan Pendapat di atas maka inovasi produk dapat diukur dengan Perubahan desain produk, varian, kualitas produk. Dengan demikian, inovasi yang Dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai inovasi produk yang bisa

Menciptakan perubahan dan pengembangan, serta inisiatif-inisiatif baru yang lebih Inovatif.

2.5 Pengertian kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha

Kewirausahaan di Tentukan oleh motif berprestasi, optimism, sikap nilai, dan status Kewirausahaan atau keberhasilan. Orang yang berhasil dalam berwirausaha Adalah orang yang dapat menggabungkan nilai, sifat utama (pola sikap), Dan perilaku dengan bekal pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan Praktis.

Menurut (Faizal et al., 2020) kesiapan menanggung resiko terhadap Keberhasilan usaha adalah suatu Keadaan dimana usaha mengalami penurunan atau peningkatan dari hasil yang sebelumnya Dan menjadi bagian utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas Yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan sendiri. Keberhasilan dan/atau kegagalan wirausaha dipengaruhi berbagai faktor Baik eksternal maupun internal. Faktor internal yang berpengaruh Diantaranya adalah kemauan, kemampuan dan kelemahan yang ada pada diri. Sedangkan untuk faktor eksternalnya adalah kesempatan dan peluang Bagi usaha yang ditekuni. (Septiani, 2020) .Menurut Raeni Dwi Santy (2014) Definisi kesuksesan bisnis adalah Keadaan bahwa bisnis telah meningkat dari hasil sebelumnya.Keberhasilan bisnis adalah tujuan akhir dari sebuah perusahaan, bahwa Semua kegiatan di dalamnya dimaksudkan untuk mendapatkan kesuksesan. Ranto dalam Daulay dan Ramadini (2013) mengemukakan keberhasilan berwirausaha tidaklah identik dengan seberapa berhasil seseorang

Mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa Diperoleh dengan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah. Berusaha lebih dilihat dari bagaimana seseorang bisa membentuk, Mendirikan, serta menjalankan usaha dari sesuatu yang tadinya tidak Berbentuk, tidak berjalan atau mungkin tidak ada sama sekali.

2.5.1 Indikator Kesiapan Menanggung Resiko terhadap Keberhasilan Usaha

Menurut Agusti dan Basri, (2014) yaitu:

Dari semua definisi yang ada dapat disimpulkan bahwa kesiapan menanggung resiko terhadap Keberhasilan usaha adalah suatu keadaan usaha yang lebih baik atau buruk Keadaan sebelumnya serta dapat mencapai tujuan yang diinginkan. (Agusti & Basri, 2014) kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan Usaha dapat diindikasikan dalam lima hal, yaitu:

1. Jumlah Penjualan Meningkat atau menurun. Penjualan meningkat atau menurun merupakan tujuan dari bisnis. indikasi berhasil atau tidaknya usaha dalam persaingan.
2. Hasil Produksi meningkat atau menurun.

Besar atau kecilnya produktivitas usaha akan mengetahui besarnya produksi Usaha. Hal itu akan memengaruhi besar atau kecilnya tingkat resiko penjualan pada akhirnya menentukan pendapatan sehingga mempengaruhi besar atau kecilnya laba yang di peroleh.

3. Pertumbuhan atau penurunan Usaha. Pertumbuhan atau penurunan usaha dapat dilihat dari penjualan, laba, dan aktiva. Pertumbuhan atau penurunan usaha dapat dilihat dengan baik atau buruknya dengan semakin tinggi rendahnya tingkat pertumbuhan suatu usaha maka semakin baik atau buruknya usaha tersebut.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti (tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
Indra Firdiyansyah (2017) (Firdiyansyah, 2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung	X ₁ :Kualitas Pelayanan X ₂ : Harga X ₃ : Lokasi Y: Kepuasan Pelanggan	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
Inka Janita Sembiring, Suharyono dan Andriani Kusumawati (2014) (Sembiring, I, J., Suharyono., Kusumawati, 2014)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan Mcdonald.	X ₁ :Kualitas Produk X ₂ :Kualitas Pelayanan Y ₁ : Kepuasan Pelanggan Y ₂ :Loyalitas Pelanggan	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
Emik Iriyanti, Nurul Qomariah dan Akhmad Suharto (2016) (Iriyanti et al., 2016)	Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Mie Pangsit.	X ₁ : Harga X ₂ :Lokasi X ₃ :Kualitas Produk Y ₁ :Loyalitas Pelanggan Y ₂ :Kepuasan	Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Mie Pangsit.

Darmansah (2018) (-, 2018)	Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan	X: Kualitas Pelayanan Jasa Y: Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan Jasa Berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
Fauzi, Muhammad Ryan Mandala, Kastawan (2019) (Fauzi & Mandala, 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan	X ₁ : Kualitas Pelayanan X ₂ : Kualitas Produk X ₃ : Inovasi Produk Y: Kepuasan Pelanggan	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Inovasi Produk Berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
Putu Sundari Aprelia Dewi dan Wayan Sri Suprpti (2018) (Dewi & Suprpti, 2018)	Membangun Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan yang dipengaruhi oleh Kualitas Produk.	Y ₁ : Loyalitas Pelanggan Y ₂ : Kepuasan X ₁ : Kualitas Produk	Kualitas Produk, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
Pradana, Andre Sarsono, Sarsono Sudarwati, Sudarwati (2020) (Pradana et al., 2020)	Kepuasan Pelanggan ditinjau dari Harga, Lokasi dan Inovasi Produk pada motor Yamaha (Studi Pada Dealer Motor Yamaha Nusukan Surakarta)	X ₁ : Harga X ₂ : Lokasi X ₃ : Inovasi Produk Y: Kepuasan Pelanggan	Harga, Lokasi dan Inovasi Produk pada motor Yamaha berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
Purbandari, Eny Sugandini, Dyah Sutiono, Heru Tri (2018) (Purbandari et al., 2018)	Word of Mouth sebagai Konsensus Kepuasan Pelanggan	X: Word of Mouth Y: Kepuasan Pelanggan	Word of Mouth sebagai Konsensus berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
Ismail Razak, Nazief Nirwanto dan Boge Triatmanto (2016) (Razak & Nirwanto, 2016)	The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value	X ₁ : Kualitas Produk X ₂ : Harga Y: Kepuasan Pelanggan	Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

2.7 Hipotesis

Hipotesis dalam karya ilmiah ini, dengan tema Pengaruh Harga, Lokasi dan Inovasi Produk dan Kesiapan Menanggung Resiko Terhadap Keberhasilan Usaha Melalui Kepuasan Pelanggan Toko Sembako Bangun Purba di Medan ditetapkan sebagai berikut :

Hipotesis pertama (H₁) : Diduga bahwa Harga yang ditetapkan toko Bangun Purba berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

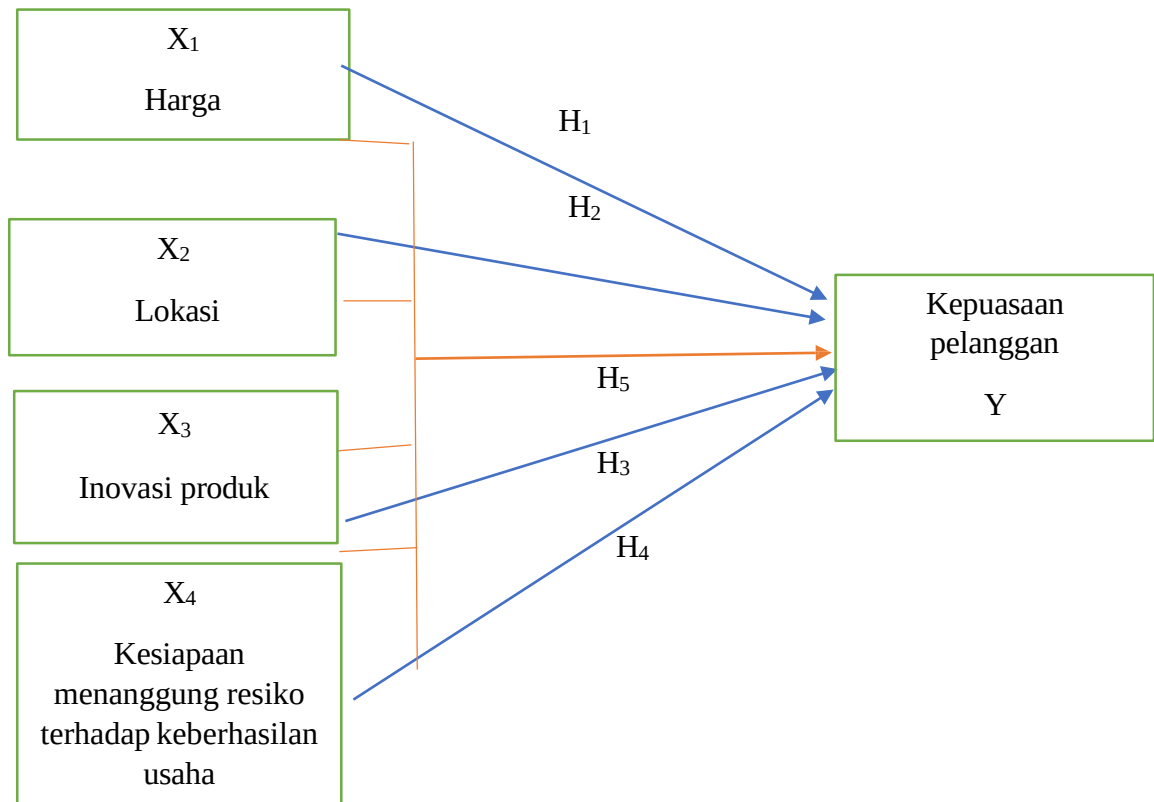
Hipotesis kedua (H₂): Diduga bahwa Lokasi yang digunakan oleh toko Bangun Purba akan memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hipotesis ketiga (H₃): Diduga bahwa Inovasi Produk yang diberikan toko Bangun Purba mempengaruhi signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hipotesis keempat (H₄): Diduga bahwa Kesiapan Menanggung Resiko yang dilakukan toko Bangun Purba mempengaruhi Keberhasilan Usaha terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hipotesis keempat (H₅): Diduga bahwa Harga, Lokasi, Inovasi produk dan Kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, hal tersebut berdasarkan pada judul yang diteliti yaitu “Pengaruh Harga, Lokasi, Inovasi Produk dan Kesiapan Menanggung Resiko terhadap Keberhasilan Usaha melalui Kepuasan Pelanggan toko Bangun Purba di Medan” (Studi kasus pada pelanggan toko Bangun Purba di Medan)”. Penulis ingin mengetahui apakah ada pengaruh antara harga, lokasi, inovasi produk dan kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di toko Bangun Purba di Medan tepatnya di jalan Gatot Subroto kecamatan Helvetia dan waktu penelitian dilaksanakan pada bulan September sampai dengan Februari 2023 dengan tabel sebagai berikut:

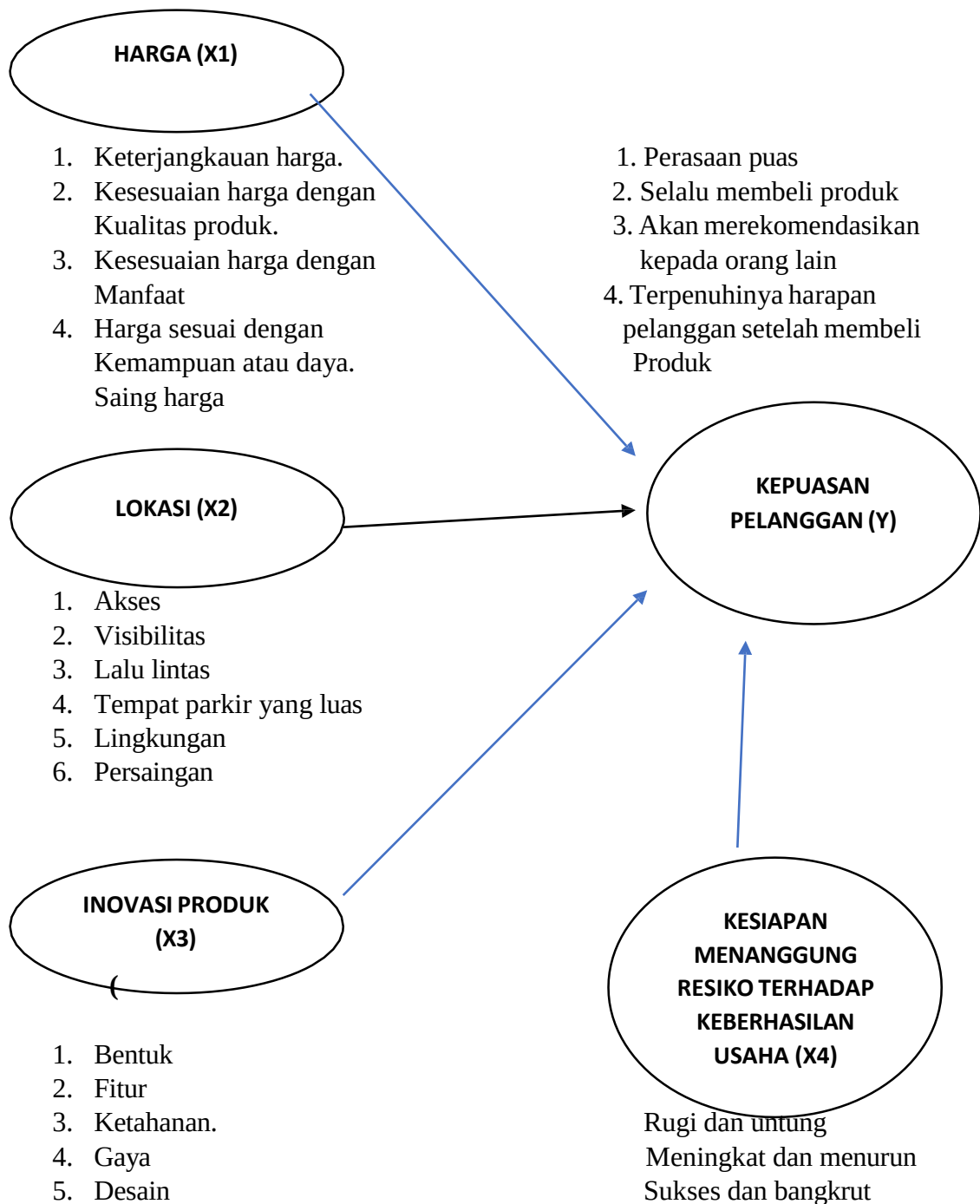
Tabel 3.1
Jadwal Kegiatan Penelitian

No .	Uraian Kegiatan	Periode Penelitian Bulan September s/d Febuari 2023					
		Septembe r	Oktobe r	Novembe r	Desembe r	Januar i	Februar i
1	Bimbingan I						
2	Kuesioner						
3	Wawancara						
4	Analisis Data						
5	Pengolaha n Data						
6	Bimbingan II						
7	Pengesaha n penelitian						
8	Ujian Skripsi						

3.3 Kerangka Konsep

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 3.1 Desain penelitian

Keterangan: $H_1=X_1$

Y:(Wardani et al., 2016) ,journal of management vol 02, no.2 Maret 2016. (Dewi & Suprpti, 2018) jurnal manajemen, strategi bisnis dan kewirausahaan vol.12 no.2 Agustus 2018.kotler dan Amstrong terjemahan Sabran (2012:278).

$H_2=X_2$

Y: (Andawari & Satrio, 2015) universitas Diponegoro ilmu dan riset vol 3,no.13 (2014) (Iriyanti et al., 2016) jurnal manajemen dan bisnis Indonesia vol 2 no 1 Juni 2016. Fandy Tjiptono dalam (Kuswatiningsih 2016;15).

$H_3=X_3$

Y: (Iriyanti et al., 2016) jurnal manajemen dan bisnis Indonesia vol 2 no 1 Juni 2016. (Andawari & Satrio, 2015) universitas Diponegoro ilmu dan riset vol 3 no.13 (2014). Bob Sabran (2009).

$H_4=X_4$

Y: (Sembiring, I, J., Suharyono., Kusumawati, 2014) jurnal administrasi bisnis (JAB) vol 15 no.1 Oktober 2014. (Irawan & Mulyadi, 2016).

$H_5=X_5$

Y: (Iriyanti et al., 2016) Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 2(1), 1–15.(Fillayata & Mukaram, 2020).

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.2

Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Harga	Faktor yang menentukan dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk atau tidak	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga kualitas produk dan mafaat 3. Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga Anis Dewi Kurniawati (2021)	Skala Likert
Lokasi	tempat usaha beroperasi atau tempat usaha melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Tempat parkir yang luas 5. lingkungan, persaingan, peraturan Hendry Janitra Utama (2016)	Skala Likert
Inovasi Produk	proses pengembangan produk baru dapat diselesaikan dengan lebih cepat jika tim pengembangan lintas fungsional bekerja dengan efektif	Bentuk, fitur, ketahanan, gaya, desain Mohamad Irtanak Abdullah (2016)	Skala Likert
Kesiapan Menanggung Resiko terhadap Keberhasilan Usaha	Kewirausahaan di Tentukan oleh motif berprestasi, optimism, sikap nilai, dan status Kewirausahaan atau keberhasilan	Rugi dan untung, meningkat. Dan menurun, sukses dan. Bangkrut Agusti dan Basri (2014)	Skala Likert

Kepuasan Pelanggan	hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa.	1. Perasaan puas 2. Selalu membeli produk 3. Akan merekomendasikan kepada orang lain 4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk Irawan (2008)	Skala Likert

3.5 Populasi dan Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil atau ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu. Untuk menarik sifat karakteristik populasi, suatu sampel harus benar-benar dapat mewakili populasinya. Oleh karena itu, diperlukan tata cara yang digunakan dalam memilih bagian sampel sehingga dapat diperoleh sampel penelitian yang representatif seperti karakteristik populasinya. Mengingat populasinya besar dan keterbatasan waktu dan biaya penelitian, maka sampel perlu dibatasi yang dalam pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah random sampling, yaitu mengambil sampel secara acak dari populasi yang telah ditentukan.

Menurut Hair et al (2010), besarnya sampel jika terlalu besar akan menyulitkan untuk mendapat model yang cocok, dan disarankan ukuran sampel yang sesuai antara 100-200 responden. Untuk itu jumlah sampel ditentukan dari hasil perhitungan sampel minimum. Penentuan jumlah sampel minimum menurut

Hair et al (2010) adalah: (Jumlah Indikator) x (5 sampai 10 kali) Berdasarkan rumus, maka jumlah sampel untuk penelitian ini adalah:

Jumlah Sampel = (Jumlah Indikator) x 10

Jumlah Sampel = (20) x 10

Jumlah Sampel = 200 responden.

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel maksimal dalam penelitian ini adalah 200 responden.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini

Metode Kuantitatif adalah sebagai berikut :

1. Observasi, mengobservasi/pengamatan yang dilakukan secara langsung di toko sembako di Medan yang ada di jalan Gatot Subroto kecamatan Helvetia di Medan
2. Data kuesioner, pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket kuesioner yang berisi tentang pernyataan mengenai harga, lokasi, inovasi produk dan kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan yang diberikan kepada 200 konsumen pelanggan toko sembako dengan menggunakan skala penilaian responden 1-5, dimana skala 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan skala 5 (sangat setuju).

3. Studi Kepustakaan, dilakukan dengan cara mengumpulkan artikel- artikel, teori yang relevan, dan literatur lainnya yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

3.7 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.7.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden bertujuan untuk menunjukkan data mengenai distribusi responden secara keseluruhan, yang meliputi distribusi responden menurut jenis kelamin, lokasi, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan, dan lain sebagainya.

3.7.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji instrumen penelitian dilakukan melalui uji validitas-reliabilitas untuk memastikan bahwa kuesioner yang disusun dapat dimengerti oleh responden dan memiliki konsistensi pengukuran (Andayani & Ekowarni, 2018) Analisis selanjutnya dilakukan dengan Reliability Analysis menggunakan software SPSS.

3.7.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner apakah sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item yang valid ditunjukkan dengan adanya korelasi yang signifikan antara item terhadap skor total item. Untuk penentuan apakah suatu item layak digunakan atau tidak, yaitu dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05 artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total item (Claudia, 2017).

Metode uji validitas ini dengan menggunakan metode korelasi Pearson yaitu dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total item. Skor total item adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Teknik korelasi yang digunakan adalah *pearson moment* dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai korelasi r hitung $> r$ tabel maka item kuesioner tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $< r$ tabel atau nilai korelasi negatif maka item kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid.

3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui *keajegan* atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode uji reliabilitas yang sering digunakan adalah Cronbach's Alpha. Metode ini sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala (misal 1-4, 1-5) atau skor rentangan (misal 0-10, 0-30). Untuk penentuan apakah instrumen reliabel atau tidak, bisa digunakan batasan tertentu seperti 0,6. Reliabilitas dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik (Priyatno, 2016: 60). Rumus alpha sebagai berikut:

$$r^{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

k = Banyaknya soal

$$\sum \sigma_b^2 = \text{Jumlah varians butir}$$

$$\sigma_1^2 = \text{Varians total}$$

Setelah uji validitas maka item-item yang gugur dikeluarkan dan item yang tidak gugur dimasukkan ke dalam uji reliabilitas. Jika hasil uji reliabilitas pada variabel harga (X_1), lokasi (X_2), Inovasi produk (X_3), Kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha (X_4), kepuasan pelanggan (Y) di atas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut reliabel.

keriteria pengujian uji reabilitas:

- a. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka kuesioner di nyatakan reliable.
- b. Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka kuesioner di nyatakan tidak reliable atau tidak konsisten.

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolinearitas dan heteroskedastisitas pada model regresi. Model regresi linier dapat disebut model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik yaitu data residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik dilakukan setelah uji validitas dan reliabilitas. Langkah-langkah dalam melakukan analisis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.9 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai yang dihasilkan dari model regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Jadi, dalam hal ini yang di uji normalitas bukan masing-masing variabel independen dan dependen tetapi nilai yang dihasilkan dari model regresi. Ada dua cara yang biasa digunakan untuk menguji normalitas pada model regresi yaitu dengan analisis grafik (histogram dan normal P-P plot) dan uji Kolmogorov-Smirnov (Claudia, 2017).

Metode uji normalitas ini dengan menggunakan metode uji One Sample Kolmogorov Smirnov yang digunakan untuk mengetahui distribusi data. Cara untuk mendeteksinya adalah dengan melihat nilai signifikansi residual. Jika signifikansi lebih dari 0,05 maka residual terdistribusi secara normal (Claudia, 2017). Pengujian normalitas data dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa distribusi normal.
- b. Jika nilai signifikan < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa distribusi tidak normal.

3.10 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi di antara variabel bebas. Metode pengujian yang biasa digunakan yaitu dengan melihat nilai *Inflation Factor* (VIF) dan Tolerance pada model regresi. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan

Tolerance lebih dari 0,01 maka model regresi bebas dari multikolinearitas (Claudia, 2017).

Pengujian multikolinearitas data dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai $VIF > 10$ dan $Tolerance < 0,1$ maka dalam persamaan regresi terdapat masalah atau terjadi multikolinearitas
- b. Jika nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$ maka dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah atau tidak terjadi multikolinearitas.

3.11 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan antara lain uji Gleyser, uji korelasi Spearman, uji Park dan melihat pola titik pada grafik Scatter plot.

Metode uji heteroskedastisitas ini dengan menggunakan metode uji korelasi Glejser, Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Claudia, 2017).

3.12 Uji Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Perbedaan dengan regresi linier sederhana yaitu terletak pada jumlah variabel independennya, di mana regresi linier sederhana hanya menggunakan satu variabel independen, sedangkan regresi linier berganda menggunakan dua atau lebih variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi. Variabel independen dilambangkan dengan X_1, X_2, X_3, X_4 sedangkan variabel dependen dilambangkan dengan Y (Claudia, 2017).

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan sebagai berikut :

$$Y^1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi dari harga

b_2 = Koefisien regresi dari Lokasi

b_3 = Koefisien regresi dari Inovasi Produk

b_4 = koefisien kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha

X_1 = Harga

X_2 = Lokasi

X_3 = Inovasi Produk

X_4 = kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha

3.13 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji hipotesis yang sudah dirumuskan dalam penelitian ini, sehingga hasil pengujian dapat diketahui apakah diterima atau ditolak.

3.14 Uji t

Untuk menguji masing-masing variabel dengan variabel terikat menggunakan uji t. Pengujian dengan uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel harga, lokasi dan inovasi Dan kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan. Langkah-langkah Uji Hipotesis untuk Koefisien Regresi adalah sebagai berikut:

1. Perumusan Hipotesis

- i. Hipotesis (H_1) Diduga adanya pengaruh positif dari Harga terhadap keberhasilan usaha melalui Kepuasan Pelanggan.
- ii. Hipotesis (H_2) Diduga adanya pengaruh positif dari Lokasi terhadap keberhasilan usaha melalui Kepuasan Pelanggan.
- iii. Hipotesis (H_3) Diduga adanya pengaruh positif dari Inovasi produk terhadap keberhasilan usaha melalui Kepuasan Pelanggan.

iv. Hipotesis (H_4) Diduga adanya pengaruh positif dari Kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan.

v. Hipotesis (H_5) Diduga adanya pengaruh positif dari Harga, Lokasi, Inovasi produk dan Kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan.

1. Penentuan harga T tabel berdasarkan taraf signifikan dan derajat kebebasan.

a. Taraf signifikan = 5 %

b. Derajat kebebasan = $(n-1-k)$

Kriteria Pengujian :

1. $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima Ada pengaruh yang positif dari Harga terhadap keberhasilan usaha melalui Kepuasan Pelanggan.

2. $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_2 diterima Ada pengaruh yang positif dari Lokasi keberhasilan usaha melalui Kepuasan Pelanggan.

3. $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_3 diterima Ada pengaruh yang positif dari inovasi Produk terhadap keberhasilan usaha melalui Kepuasan Pelanggan.

4. $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_4 diterima Ada pengaruh positif dari kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan.

5. $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_5 diterima Ada pengaruh positif dari Harga, Lokasi, Inovasi produk dan Kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan.

3.15 Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada output *Model Summary* dari hasil analisis regresi linier berganda. *Adjusted R Square* adalah nilai R Square yang telah disesuaikan (Priyatno, 2016: 97). Besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

Kd = Koefisien determinasi
 r^2 = Koefisien korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- a. Jika Kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- b. Jika Kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Toko Sembako Bangun Purba di Medan

Toko Sembako Bangun Purba di Medan merupakan usaha kecil milik keluarga yang berbentuk toko, didalamnya menjual berbagai macam bahan pokok kebutuhan sehari-hari. Usaha ini berdiri sudah 30 tahun Toko Sembako Bangun Purba di Medan terletak di jalan Gatot Subroto kecamatan Helvetia di Medan.

Toko Sembako di Medan adalah usaha yang didirikan oleh sebuah keluarga, dan di kelola oleh anggota keluarga. Terbentuknya Toko Sembako di Medan, diawali dengan membeli sebuah ruko yang berada dipinggir jalan, yang dahulu menjadi tempat usaha Toko Sembako juga namun tidak diteruskan lagi oleh pemiliknya yang memiliki kendala kurangnya modal.

Membuka Toko Sembako merupakan sebuah usaha yang tidak mengandung resiko yang tinggi, ini disebabkan karena kebutuhan akan bahan pokok manusia akan semakin meningkat. Walaupun sudah banyak toko-toko sembako yang lain, namun kami tetap optimis untuk membuka usaha ini.

Ditinjau dari lokasi tersebut Toko Sembako Bangun Purba di Medan berada pada lokasi yang strategis karena terletak dipinggir jalan yang sering dilewati oleh banyak orang. Toko Sembako Bangun Purba di Medan memberikan harga yang terjangkau, lokasi yang strategis dan kualitas produk terbaik. Ditinjau dari hal diatas maka kami optimis bahwa Toko Sembako Bangun Purba di Medan akan

terus berkembang. Untuk mencapai hal tersebut maka kami memiliki visi misi sebagai berikut :

4.2 Visi dan Misi Obyek Penelitian

Dalam sebuah organisasi atau perusahaan, adanya visi dan misi merupakan hal yang penting dalam usaha untuk menjalankan seluruh kegiatan dalam organisasi atau perusahaan tersebut. Setiap organisasi memiliki visi dan misi yang berbeda-beda sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh masing-masing organisasi tersebut. Berikut ini adalah visi dan misi Toko Sembako Bangun Purba di Medan :

Visi : Menjadikan kebutuhan pokok semua orang dapat terpenuhi dan dapat mengembangkan usaha sehingga bisa menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain.

Misi : Meningkatkan kualitas produk dan mendapatkan kepuasan dari para pelanggan.

4.3 Budaya Organisasi

4.3.1 Pengertian Budaya Organisasi

Menurut Schein pengertian budaya organisasi adalah sebuah pola dari berbagai asumsi dasar yang ditemukan, diciptakan, atau dikembangkan oleh sebuah kelompok dengan tujuan agar organisasi belajar mengatasi dan menanggulangi masalah-masalah yang timbul akibat adaptasi eksternal dan integrasi internal yang sudah berjalan dengan cukup baik.

Dengan begitu, budaya organisasi harus diajarkan kepada semua anggota baru sebagai cara yang benar untuk memahami, memikirkan, dan merasakan berkenaan dengan masalah-masalah tersebut.

4.3.2 Fungsi Budaya Organisasi

Seperti dijelaskan dalam pengertian budaya organisasi di atas, *leader* memberi peranan penting dalam membentuk budaya kerja pada organisasi. Sehingga, fungsi budaya organisasi secara umum terbagi dalam beberapa hal, meliputi:

1. Menambahkan rasa kepemilikan dan menaikkan loyalitas karyawan dalam perusahaan
2. Digunakan sebagai alat untuk mengorganisasikan anggota
3. Memperkuat nilai organisasi
4. Sebagai mekanisme untuk mengontrol perilaku di dalam lingkungan kerja

5. Mendorong semua struktur untuk meningkatkan kinerja baik itu untuk jangka pendek atau jangka panjang
6. Budaya organisasi juga berfungsi sebagai penentu arah, mana yang boleh dilakukan dan mana yang tidak.

4.3.3 Jenis / Tipe Budaya Organisasi

Dalam bukunya, Noe dan Mondy (1996:237) mengatakan ada dua tipe Budaya Organisasi, yaitu:

1. Open and Participative Culture

Budaya organisasi ini ditandai dengan pencapaian tujuan output yang tinggi dengan didukung adanya rasa percaya pada bawahan, komunikasi yang terbuka, kepemimpinan yang supportif dan penuh perhatian, penyelesaian masalah secara tim, adanya otonomi pekerja, dan berbagi informasi.

2. Closed and Autocratic Culture

Budaya organisasi ini ditandai dengan pencapaian tujuan output yang tinggi, namun pencapaian tersebut mungkin lebih dinyatakan dan dipaksakan organisasi dengan pemimpin yang otokrasi dan kuat.

4.3.4 Contoh Budaya Organisasi

Setelah mengetahui pengertian budaya organisasi dan fungsinya, maka kita juga harus mengetahui apa saja contoh budaya organisasi tersebut.

Berikut penjelasannya:

1. Budaya Administrasi

Budaya administrasi dalam organisasi sangat dibutuhkan misalnya dalam hal surat menyurat, keluar masuk barang, pendapatan pegawai dan lainnya untuk memperlancar kinerja perusahaan.

2. Kedisiplinan

Budaya organisasi bisa berupa kedisiplinan. Misalnya dalam hal ketepatan menyelesaikan order yang di minta, budaya ramah kepada customer, tidak telat datang ke kantor dan masih banyak lagi.

3. Pembagian Wewenang yang Jelas

Kemampuan organisasi dalam membagi wewenang adalah budaya organisasi yang menjadi kunci keberhasilan sebuah perusahaan. Tanpa pembagian wewenang yang jelas maka kinerja para anggota dalam organisasi tersebut tidak akan optimal karena kebingungan.

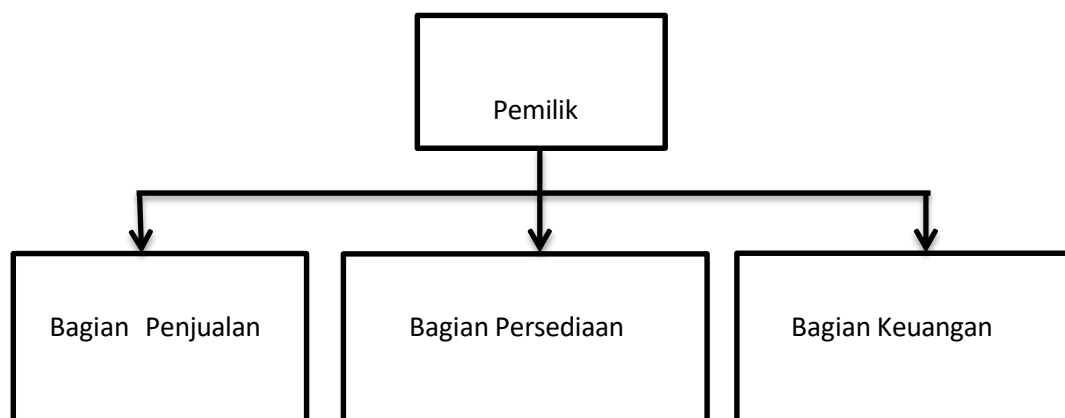
4. Inovasi

Inovasi adalah budaya organisasi yang mendorong para anggota untuk menciptakan atau mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif demi kemajuan organisasi tersebut.

4.4 Struktur Organisasi Obyek Penelitian

Gambar 4.1

Struktur Organisasi



Tugas yang di miliki oleh masing-masing bagian, yaitu :

- 1) Tugas dari owner adalah mengontrol semua kegiatan yang dilakukan toko sembako.
- 2) Bagian penjualan bertugas untuk melayani pelanggan, mendaftarkan pelanggan, dan membuat nota penjualan. Selain itu bagian penjualan juga memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada pelanggan.

- 3) Bagian persediaan digunakan untuk mengecek stok barang. Agar tidak kehabisan stok sehingga proses penjualan tetap terus berjalan.
- 4) Bagian keuangan bertugas untuk mengontrol pemasukan dan pengeluaran toko sembako serta menyusun anggaran agar penggunaan dana dapat digunakan secara efektif dan efisien.

4.5 Kegiatan Operasional Perusahaan

Toko Sembako di Medan adalah salah satu jenis usaha rumahan. Barang yang dijual ditoko kecil ini selalu dibutuhkan oleh para pembeli. Berikut ini adalah kegiatan yang dilakukan Toko Sembako di Medan :

1. Mengecek persediaan barang

Yang dilakukan pertama kali sebelum memulai kegiatan perdagangan adalah mengecek semua persediaan barang yang ada agar tidak kehabisan persediaan barang.

2. Pengadaan Barang

Kemudian yang dilakukan selanjutnya adalah mencari barang-barang persediaan toko sembako di pasar induk agar mendapatkan harga yang lebih murah, ataupun distributor/agen barang tertentu yang memberlakukan sistem „titip barang“. Sistem „titip barang“ ini bisa meminimalisir kerugian, akibat barang tidak laku. Misalnya: roti, kue, air minum, kerupuk, es krim, dan lain-lain. Pengadaan barang bisa dilakukan setiap hari atau secara terjadwal menurut jumlah stok barang.

3. Menjual Barang

Setelah semua sudah dilakukan, kegiatan selanjutnya adalah menjual barang-barang yang dibutuhkan oleh para pembeli yang datang ke toko sembako bangun purba di Medan.

4.6 Kompetitor Toko Sembako di Medan

Dalam dunia bisnis, keberadaan pesaing atau kompetitor merupakan hal yang sering ditemui. Pesaing atau kompetitor merupakan pengusaha lain yang menawarkan produk berupa barang atau jasa yang sama dengan produk yang kita tawarkan kepada konsumen. Untuk mengetahui keunggulan pesaing bisnis yang dijalani, pengusaha harus dapat mengidentifikasi pesaingnya agar dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan semua pesaing sehingga dapat mengungguli para pesaing usaha yang sedang dijalani.

Hal-hal yang dilakukan untuk mengidentifikasi pesaing :

1. Menenal dan mengetahui jenis produk atau jasa yang ditawarkan pesaing.
2. Melihat seberapa besar pasar yang dikuasai oleh pesaing.
3. Mengidentifikasi antara peluang dan ancaman dari perkembangan pesaing.
4. Mengidentifikasi keunggulan serta kelemahan pesaing

Hal yang dilakukan selanjutnya yaitu menentukan sasaran pesaing:

1. Pesaing dekat, yaitu perusahaan yang memiliki produk yang sama persis atau sejenis dengan produk yang ditawarkan. Pesaing dekat Toko Sembako di Medan adalah Toko Sembako yang ada disekitar Toko Sembako di Medan yang menawarkan produk yang sama dengan produk yang ditawarkan oleh Toko Sembako di Medan.
2. Pesaing jauh, yaitu perusahaan yang memiliki produk yang hampir mirip dengan produk yang ditawarkan. Pesaing jauh Toko Sembako di Medan adalah supermarket-supermarket yang sudah ada, yang menawarkan produk yang hampir mirip dengan produk yang ditawarkan oleh Toko Sembako Bangun Purba di Medan.

Pentingnya menemukan sasaran pesaing perusahaan, karena dengan menemukan sasaran pesaing perusahaan, maka akan dapat menentukan arah gerak perusahaan untuk meningkatkan penjualan serta menghambat laju perkembangan pesaing.

4.7 Gambar Toko Sembako di Medan







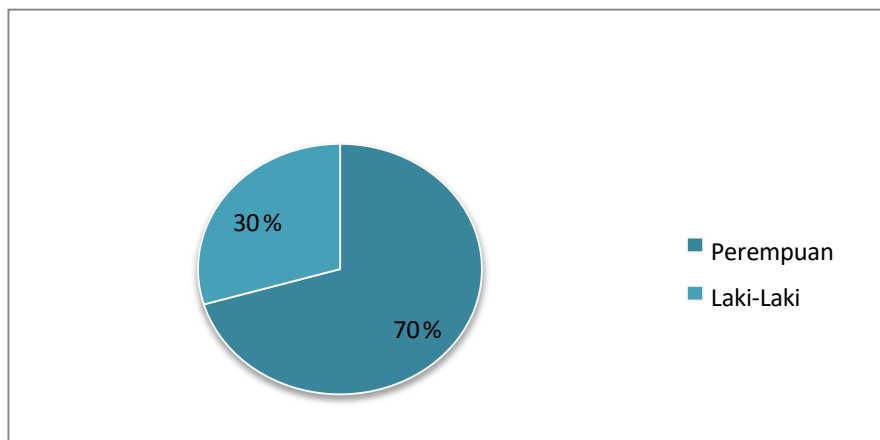
4.8 Analisis Data Penelitian

4.8.1 Karakteristik Responden

Data yang diolah dalam penelitian ini adalah data tentang Kepuasan Pelanggan Toko Sembako di Medan Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah 200 Pelanggan Toko Sembako di Medan. Data responden yang diperoleh berdasarkan jenis kelamin dan usia sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Identifikasi data responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

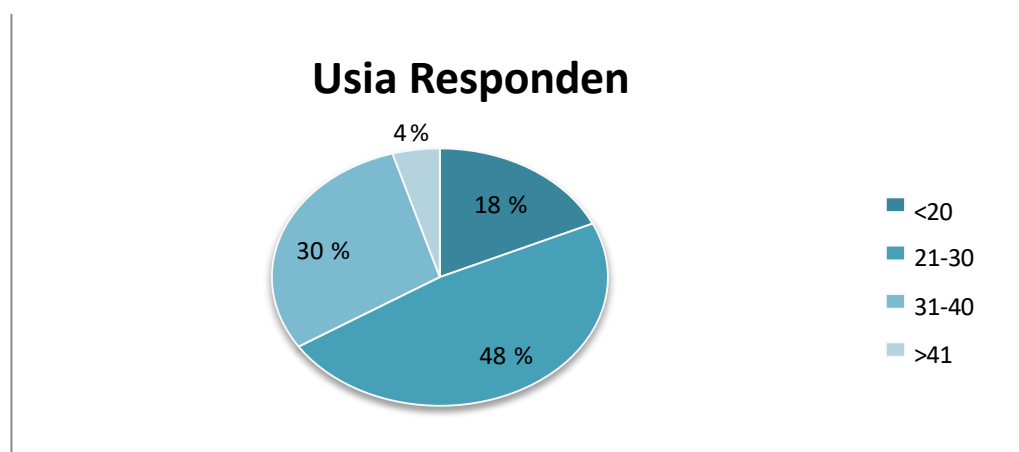


Gambar 4.2
Jenis Kelamin Responden

Dari grafik di atas terlihat bahwa jenis kelamin perempuan lebih banyak bila dibandingkan dengan jenis kelamin laki-laki yaitu perbandingan antara perempuan 70% dan laki-laki 30%, artinya jenis kelamin perempuan lebih dominan menggunakan jasa toko sembako dibanding laki-laki.

2. Identifikasi data Responden berdasarkan usia responden sebagai berikut:

Sedangkan untuk identifikasi responden berdasarkan tingkat usia dapat dilihat pada grafik sebagai berikut:



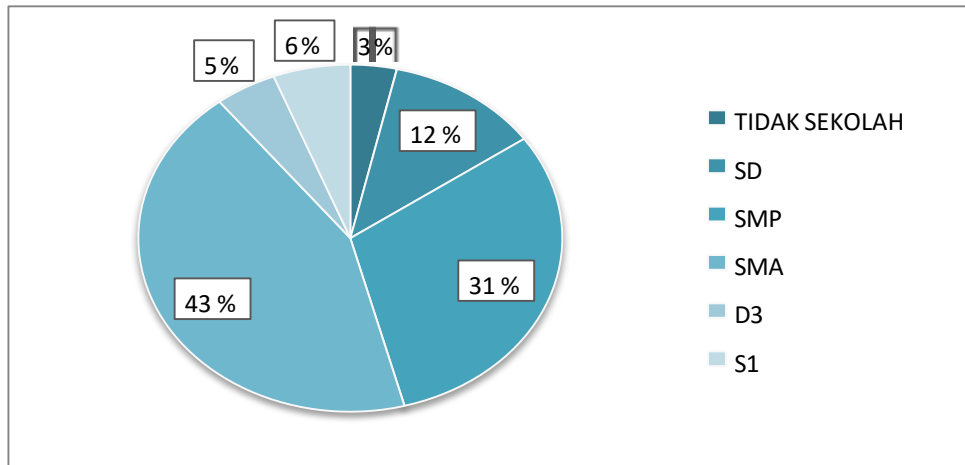
Gambar 4.3

Usia Responden

Adapun tingkat usia pada responden yang berusia <20 tahun sebanyak 18% responden, untuk usia 21-30 tahun sebanyak 48%, untuk usia 31-40 tahun sebanyak 30%, sedangkan usia >40 tahun sebanyak 4%.

3. Identifikasi data Responden berdasarkan pendidikan terakhir responden sebagai berikut:

Sedangkan untuk identifikasi responden berdasarkan pendidikan terakhir responden dapat dilihat pada grafik sebagai berikut:



Gambar 4.4
Pendidikan Terakhir Responden

Jika dilihat dari grafik di atas pelanggan toko sembako di Medan yang lebih mendominasi yaitu responden yang berpendidikan SMA sebanyak 43%, sedangkan SMP sebanyak 31%, SD sebanyak 12%, S1 sebanyak 6%, D3 sebanyak 5% dan yang tidak sekolah sebanyak 3%.

4.8.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

4.8.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner apakah sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur (Priyatno, 2016:51). Pengujian terhadap validitas item pernyataan kuesioner dapat dilakukan

dengan meninjau nilai sig. Apabila nilai signifikansi (sig) dibawah 0,05, maka indikator penelitian dapat dikatakan valid. Berikut ini tabel hasil uji validitas :

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	KPL1	0,575	0,138	Valid
2.	KPL2	0,501	0,138	Valid
3.	KPL3	0,640	0,138	Valid
4.	KPL4	0,575	0,138	Valid
5.	KPL5	0,648	0,138	Valid
6.	KPL6	0,312	0,138	Valid
7.	KPL7	0,601	0,138	Valid
8.	KPL8	0,482	0,138	Valid

Sumber : Data yang diolah SPSS, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa 8 butir instrumen Kepuasan Pelanggan dapat dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga pernyataan tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Harga

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	H1	0,524	0,138	Valid
2.	H2	0,525	0,138	Valid
3.	H3	0,502	0,138	Valid
4.	H4	0,574	0,138	Valid
5.	H5	0,647	0,138	Valid
6.	H6	0,661	0,138	Valid
7.	H7	0,527	0,138	Valid
8.	H8	0,501	0,138	Valid

Sumber : Data yang diolah SPSS, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa 8 butir instrumen harga dapat dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga pernyataan tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Lokasi

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	L1	0,636	0,138	Valid
2.	L2	0,649	0,138	Valid
3.	L3	0,719	0,138	Valid
4.	L4	0,613	0,138	Valid
5.	L5	0,625	0,138	Valid
6.	L6	0,645	0,138	Valid
7.	L7	0,542	0,138	Valid
8.	L8	0,590	0,138	Valid
9.	L9	0,641	0,138	Valid
10.	L10	0,636	0,138	Valid
11.	L11	0,649	0,138	Valid
12.	L12	0,719	0,138	Valid

Sumber : Data yang diolah SPSS, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa 12 butir instrumen Lokasi dapat dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga pernyataan tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Inovasi Produk

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	IP1	0,519	0,138	Valid
2.	IP2	0,539	0,138	Valid
3.	IP3	0,497	0,138	Valid
4.	IP4	0,483	0,138	Valid
5.	IP5	0,537	0,138	Valid
6.	IP6	0,657	0,138	Valid
7.	IP7	0,555	0,138	Valid
8.	IP8	0,522	0,138	Valid
9.	IP9	0,661	0,138	Valid
10.	IP10	0,428	0,138	Valid

Sumber : Data yang diolah SPSS, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa 10 butir instrumen Kualitas Produk dapat dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga pernyataan tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Kesiapan Menanggung Resiko terhadap Keberhasilan Usaha

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	MRKU1	0,888	0,138	Valid
2.	MRKU2	0,682	0,138	Valid
3.	MRKU3	0.888	0,138	Valid

Sumber : Data yang diolah SPSS, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa 3 butir instrumen Kualitas Produk dapat dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga pernyataan tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

4.8.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Priyatno (2014:64) uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala likert 1-5) adalah Cronbach Alpha. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran dalam Priyatno (2014:64), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Berikut ini tabel hasil uji reliabilitas :

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,664	8

Sumber : Data yang diolah SPSS, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.6 di atas diperoleh hasil Cronbach's Alpha sebesar 0,664. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan data tersebut pernyataan kuesioner tentang kepuasan pelanggan secara keseluruhan dapat dikatakan reliabel karena angka menunjukkan di atas 0,60.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,685	8

Sumber : Data yang diolah SPSS, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.7 di atas diperoleh hasil Cronbach's Alpha sebesar 0,685. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan data tersebut pernyataan kuesioner tentang harga secara keseluruhan dapat dikatakan reliabel karena angka menunjukkan di atas 0,60.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Lokasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,865	12

Sumber : Data yang diolah SPSS, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.8 di atas diperoleh hasil Cronbach's Alpha sebesar 0,865. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan data tersebut pernyataan kuesioner tentang lokasi secara keseluruhan dapat dikatakan reliabel karena angka menunjukkan di atas 0,60.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Inovasi Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,731	10

Sumber : Data yang diolah SPSS, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.9 di atas diperoleh hasil Cronbach's Alpha sebesar 0,731. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan data tersebut pernyataan kuesioner tentang kualitas produk secara keseluruhan dapat dikatakan reliabel karena angka menunjukkan di atas 0,60.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Kesiapan Menanggung Resiko terhadap Keberhasilan Usaha

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,726	3

Sumber : Data yang diolah SPSS, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.10 di atas diperoleh hasil Cronbach's Alpha sebesar 0,726. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan data tersebut pernyataan kuesioner tentang kualitas produk secara keseluruhan dapat dikatakan reliabel karena angka menunjukkan di atas 0,60. Dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian reliabilitas terhadap Harga, Lokasi, Inovasi Produk dan Kesiapan menanggung Resiko terhadap Keberhasilan Usaha pada Kepuasan Pelanggan diperoleh hasil bahwa nilai alfa atau *Cronbach's Alpha* untuk variabel adalah > 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah reliabel.

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach's	Kriteria	Keterangan
Harga (X_1)	0,685	Alpha Cronbach >0,6 maka Reliabel	Reliable
Lokasi (X_2)	0,865		Reliable
Inovasi Produk (X_3)	0,731		Reliable
Kesiapan Menanggung Resiko terhadap Keberhasilan Usaha (X_4)	0,726		Reliable
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,664		Reliable

Sumber : Data yang diolah SPSS, 2023

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa koefisien (r) alpha hitung seluruh variabel lebih besar dibandingkan dengan kriteria yang diprasyaratkan atau nilai kritis (*role of tumb*) sebesar 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa butiran-butiran pernyataan seluruh variabel dalam keadaan reliabel.

4.8.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah data dapat digunakan atau tidak. Uji asumsi klasik dilakukan dengan memberlakukan uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

4.8.4 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dijalankan untuk mendeteksi apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Pelaksanaan uji normalitas dapat menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Kriteria yang berlaku yaitu apabila nilai sig > tingkat sig

(0,05) artinya residual berdistribusi normal. (Priyatno, 2016:39-44) Berikut ini tabel hasil uji normalitas :

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.37636112
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.037
	Negative	-.045
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

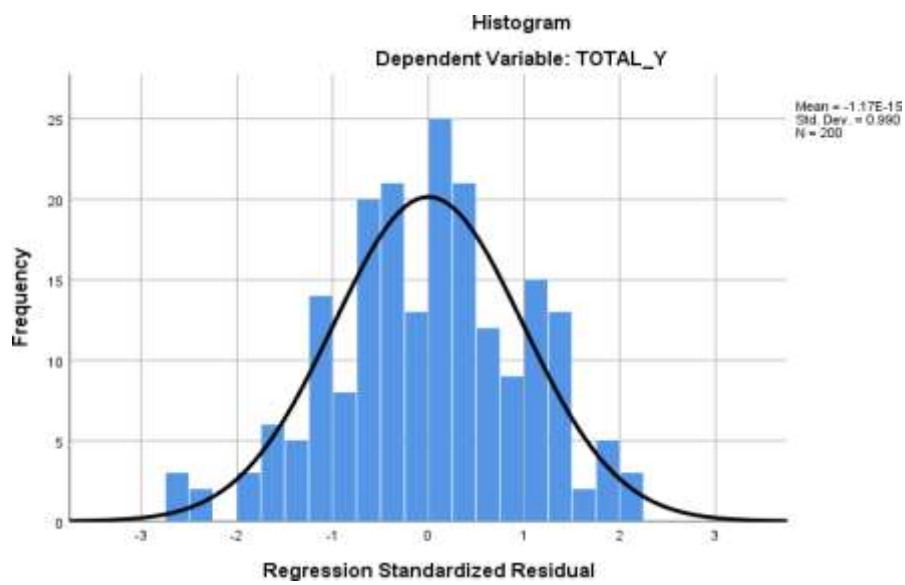
d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan pada tabel 4.12 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig) pada Komologorov-Smirnov sebesar 0,200 karena signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data terdistribusi dengan normal.

Uji dengan menggunakan grafik dibagi menjadi 2 yaitu:

a. Grafik Histogram

Dengan kriteria apabila data menyebar hingga membentuk sebuah bentuk lonceng dan distribusi data tersebut tidak melenceng ke kanan dan ke kiri, maka data dikatakan normal.



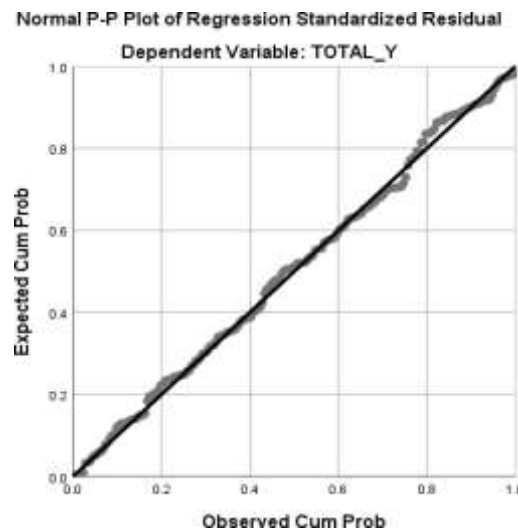
Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Gambar 4.5 Grafik Histogram

Gambar 4.5 menunjukkan bahwa data rill membentuk garis kurva cenderung simetri tidak melenceng ke kiri dan ke kanan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Grafik Normal Probability Plot

Dengan kriteria apabila data menyebar di sekitar garis diagonal, dan tidak ada data yang letaknya jauh dari garis diagonal tersebut maka data dikatakan normal.



Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Gambar 4.6 P-P Plot

Gambar 4.6 menunjukkan data menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya sebagian besar mendekati garis diagonal. Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

4.8.5 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen. Pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan VIF. $VIF < 10$ maka tidak ada masalah multikolienaritas. (Priyatno, 2016:116) Berikut ini tabel hasil uji multikolinearitas

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas

Collinearity Statistics

Tolerance	VIF
0,944	1.059
0,933	1.072
0,924	1.082
0,975	1.025

Sumber : Data yang diolah SPSS, 2023

Berdasarkan pada tabel 5.11 di atas dapat diketahui bahwa nilai tolerance pada variabel harga 0,944, variabel lokasi 0,933, variable inovasi produk 0,924 dan variable kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha 0,975. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai tolerance lebih dari 0,01 sehingga model regresi tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Nilai VIF (*Variance Infation Factor*) untuk harga sebesar 1,059, lokasi 1,072, inovasi produk 1.082 dan kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha 1,025 . Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai VIF (*Variance Infation Factor*) kurang dari 10 sehingga model regresi tidak terjadi masalah multikolinearitas.

4.8.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam mofdel regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas Pengujian ini dapat dilakukan dengan Glejser , uji korelasi Spearman, uji Park dan

melihat pola titik pada grafik Scatter plot. Jika terjadi heterokedastisitas maka gunakan Metode Weighted Least Square. Jika nilai sig uji t > tingkat signifikansi (0,05) maka tidak terjadi heterokedastisitas. (Priyatno, 2016:117-118) Berikut ini tabel hasil uji heteroskedastisitas :

Tabel 4.14
Hasil Uji Heteroskedastisitas

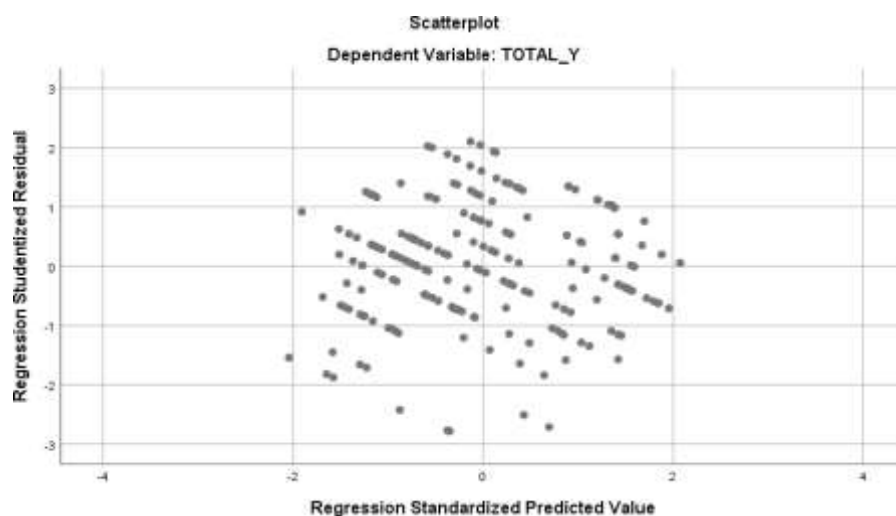
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.593	1.914		-.833	.406
X1_B2	92.223	111.017	.172	.831	.407
X2_B2	19.048	22.301	.114	.854	.394
X3_B2	13.570	30.891	.066	.439	.661
X4_B2	-56.884	78.786	-.104	-.722	.471

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Sumber : Data yang diolah SPSS, 2023

Dari data diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikan uji t keempat variabel independen dengan ABS_RES1 lebih dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak ada masalah heteroskedastisitas.



Gambar 4.7 Grafik Scatterplot

Gambar 4.7 terlihat bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas baik diatas maupun dibawah angka nol (0) pada sumbu Y, tidak berkumpul di satu tempat, sehingga dari grafik scatterplot dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.8.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi (Priyatno,2016:92). Berikut adalah persamaan regresi linier berganda :

Tabel 4.15
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.743	3.338		2.619	.010
TOTAL_X1	.122	.060	.121	2.047	.042
TOTAL_X2	.062	.035	.106	1.774	.078
TOTAL_X3	.426	.048	.529	8.841	.000
TOTAL_X4	-.019	.129	-.009	-.149	.882

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Data yang diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil *output* di atas dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana yang mengacu pada rumus berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

$$Y = 8,743 + 0,122 (X_1) + 0,062 (X_2) + 0,426 (X_3) - 0,019 (X_4)$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

a = Nilai konstanta

b = Koefisien regresi

Persamaan regresi linier di atas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) sebesar 8,743 artinya jika variable harga, lokasi , inovasi produk ,dan kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha maka kepuasan pelanggan nilainya sebesar 8,743.
2. Koefisien regresi variable harga sebesar 0,122 artinya, jika harga mengalami kenaikan satu-satuan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0.122 satuan. Koefisien bernilai positif, artinya semakin tinggi harga maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,062 artinya, jika variabel lokasi mengalami kenaikan satu-satuan, maka kepuasan akan mengalami peningkatan sebesar 0,062 satuan. Koefisien bernilai positif, artinya semakin tinggi lokasi maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Koefisien regresi variabel inovasi produk sebesar 0,426 artinya, jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan satu-satuan, maka kepuasan akan mengalami

peningkatan sebesar 0,426 satuan. Koefisien bernilai positif, artinya semakin tinggi kualitas produk maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

5. Koefisien regresi variabel kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha sebesar -0,019 artinya, jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan satu-satuan, maka kepuasan akan mengalami peningkatan sebesar -0,019 satuan. Koefisien bernilai positif, artinya semakin tinggi keberhasilan usaha maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

4.8.7 Uji Hipotesis / Uji T

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2011:98-99). Jika hasil uji t dengan sig <0,05 maka H1 diterima yang artinya variabel bebas berpengaruh signifikansi secara parsial terhadap variabel terikat. Begitu juga bila hasil analisis SPSS memperlihatkan bahwa uji t dengan sig >0,05 maka H0 diterima. Penjelasan untuk hasil uji t pada masing – masing variabel independen adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	8.743	3.338		2.619	.010
TOTAL_X1	.122	.060	.121	2.047	.042
TOTAL_X2	.062	.035	.106	1.774	.078
TOTAL_X3	.426	.048	.529	8.841	.000
TOTAL_X4	-.019	.129	-.009	-.149	.882

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Data Olahan SPSS2023

1. Harga

Variabel harga memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,042. Dari hasil uji t pada variabel harga menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih besar dari 0,05 dan koefisiensi regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,42. Sedangkan nilai t hitung yang diperoleh yaitu 2,047 lebih dari nilai t tabel 1,653. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “terdapat pengaruh positif secara parsial antara variabel bebas Harga terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan pada pelanggan toko Sembako di Medan ” dinyatakan diterima.

2. Lokasi

Variabel Lokasi memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,078. Dari hasil uji t pada variabel lokasi menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih besar dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0.078. Sedangkan nilai t hitung yang diperoleh yaitu 1,774 lebih dari nilai t tabel 1,653 . Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “ terdapat pengaruh positif secara parsial antara variabel bebas lokasi terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan pada pelanggan toko sembako di Medan” dinyatakan diterima.

3. Inovasi Produk

Variabel kualitas produk memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 Dari hasil uji t pada variabel kualitas produk menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih besar dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,000. Sedangkan nilai t hitung yang diperoleh yaitu 8,841 lebih besar dari nilai t tabel 1,653.

Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “ terdapat pengaruh positif secara parsial antara variabel bebas Inovasi produk terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan pada pelanggan toko sembako di Medan” dinyatakan diterima.

4. Kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha

Variabel Kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,0882 Dari hasil uji t pada variabel kualitas produk menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih besar dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,0882. Sedangkan nilai t hitung yang diperoleh yaitu -0,149 dari nilai t tabel 1,653. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “ terdapat pengaruh negatif secara parsial antara variabel bebas Kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan pada pelanggan toko sembako di Medan” dinyatakan ditolak.

$t = 0,05 ; (200-5) \text{ maka } 0,05 ; 195 = t \text{ tabel } 1,653$

4.8.8 Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Menurut Priyatno (2016:97-99), koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi harus memiliki nilai antara 0 sampai 1.

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R*²)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.597 ^a	.356	.343	2.401

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Data Olahan SPSS 22, 2023

Hasil uji *adjusted R*² pada penelitian ini diperoleh nilai *adjusted R*² sebesar 0,343 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel Harga, Lokasi dan Kualitas Produk adalah sebesar 34,3% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

4.9 Interpretasi Data/Pembahasan

4.9.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel harga dinyatakan memiliki pengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 12,2%, ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,122. Hipotesis pada penelitian ini dapat diterima karena hasil statistik uji t untuk variabel harga diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,047 dan t_{tabel} 1,972 yang berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , selain itu hasil perhitungan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi standard yang telah ditentukan oleh peneliti sebesar 0,05 ($0,042 < 0,05$). Dengan demikian dapat diketahui bahwa Kepuasan Pelanggan toko sembako di Medan dipengaruhi oleh Harga.

4.9.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel Lokasi dinyatakan memiliki pengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 06,2%, ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,062. Hipotesis pada penelitian ini dapat diterima karena hasil statistik uji t untuk variabel Kualitas Produk diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,774 dan t_{tabel} sebesar 1,972 yang berarti t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , selain itu hasil perhitungan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi standard yang telah ditentukan oleh peneliti sebesar 0,05 ($0,078 > 0,05$). Dengan demikian dapat diketahui bahwa Kepuasan Pelanggan toko sembako di Medan dipengaruhi oleh Lokasi.

4.9.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel Inovasi Produk dinyatakan memiliki pengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 42,6%, ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,426. Hipotesis pada penelitian ini dapat diterima karena hasil statistik uji t untuk variabel Kualitas Pelayanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,841 dan t_{tabel} 1,972 yang berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , selain itu hasil perhitungan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi standard yang telah ditentukan oleh peneliti sebesar 0,05 ($0,001 < 0,05$). Dengan demikian dapat diketahui bahwa Kepuasan Pelanggan Toko sembako di Medan dipengaruhi oleh Inovasi Produk.

4.9.4 Pengaruh Kesiapan menanggung resiko Terhadap keberhasilan usaha melalui Kepuasan Pelanggan

Variabel Inovasi Produk dinyatakan memiliki pengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 01,9%, ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,019. Hipotesis pada penelitian ini dapat diterima karena hasil statistik uji t untuk variabel Kualitas Pelayanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,149 dan t_{tabel} 1,972 yang berarti t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , selain itu hasil perhitungan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi standard yang telah ditentukan oleh peneliti sebesar 0,05 ($0,882 > 0,05$). Dengan demikian dapat diketahui bahwa Kepuasan Pelanggan Toko sembako di Medan dipengaruhi oleh Kesiapan menanggung resiko Terhadap keberhasilan usaha.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kesimpulan dan pembahasan mengenai pengaruh harga, lokasi, Inovasi produk dan Kesiapan menanggung resiko Terhadap keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan pada toko sembako bangun purba di Medan, maka kesimpulan dari penelitian ini di antaranya yaitu:

1. Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan toko sembako di Medan. Dilihat dari hasil pengolahan data SPSS yang mana diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,047 > 1,653$) dengan tingkat signifikan $0,042 < 0,05$ yang artinya harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko sembako di Medan. Nilai t hitung positif, artinya berpengaruh positif yakni semakin meningkat harga maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko sembako di Medan.
2. Terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan toko sembako di Medan. Dilihat dari hasil pengolahan data SPSS yang mana diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,774 > 1,653$) dengan tingkat signifikan $0,078 > 0,05$ yang artinya lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko sembako di Medan. Nilai t hitung positif, artinya berpengaruh positif yakni semakin meningkat lokasi maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa

variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko sembako di Medan.

3. Terdapat pengaruh Inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan toko sembako di Medan. Dilihat dari hasil pengolahan data SPSS yang mana diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,841 > 1,653$) dan hasil signifikan $0,001 < 0,05$ yang artinya kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko sembako di Medan. Nilai t hitung positif, artinya berpengaruh positif yakni semakin meningkat kualitas produk maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko sembako di Medan.

4. Terdapat pengaruh Kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan toko sembako di Medan. Dilihat dari hasil pengolahan data SPSS yang mana diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,149 < 1,653$) dan hasil signifikan $0,882 > 0,05$ yang artinya kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko sembako di Medan. Nilai t hitung negatif, artinya berpengaruh negatif yakni semakin menurun kualitas produk maka semakin menurun pula kepuasan pelanggan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko sembako di Medan

5. Hipotesis ke lima menyatakan bahwa harga, Inovasi produk, Lokasi dan Kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko sembako di Medan.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada toko sembako sebagai berikut:

1. Toko Bangun Purba harus mempertahankan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan:
 - a. Toko Bangun Purba disarankan agar dapat meningkatkan strategis tempat penjualan tersebut.
 - b. Toko Bangun Purba disarankan agar lokasi tersebut memiliki keberhasilan usaha penjualan tersebut.
2. Toko Bangun Purba harus mempertahankan Inovasi produk terhadap Kepuasan Pelanggan:
 - a. Toko Bangun Purba disarankan agar selalu mengecek barang tersebut
 - b. Toko Bangun Purba disarankan agar selalu barang berkualitas dengan sesuai harga tersebut.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan kedepannya pedagang toko sembako lebih dapat mengembangkan usahanya dengan cara mengatur tata letak barangnya, agar terlihat lebih rapi sehingga dapat menarik minat beli konsumen.

2. Diharapkan kedepannya pedagang toko sembako dapat meningkatkan kualitas produk dan bisa menambah lagi macam-macam produk yang di jual di dalam satu toko.
3. Diharapkan kedepannya pedagang toko sembako dapat menjual produk yang tidak dijual di minmarket dan banyak dicari konsumen.
4. Bagi yang membaca hasil penelitian ini diharapkan mampu melakukan penelitian tentang harga, lokasi dan kualitas produk serta kepuasan pelanggan dengan lebih baik lagi dan menyempurnakan hasil penelitian ini atau menambahkan variabel lain yang sesuai atau yang berkaitan didalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., Januarty, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.

- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.

- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinso Medan Beauty Clinic.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikitz Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.

- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Harga, Lokasi, Inovasi Produk Dan Kesiapan Menanggung Resiko Terhadap Keberhasilan Usaha Melalui Kepuasan Pelanggan Toko Sembako Bangun Purba di Medan

Tujuan Kuesioner Penelitian

Kuesioner ini bertujuan untuk pengumpulan data yang berhubungan dengan Harga, Lokasi, Inovasi Produk Dan Kesiapan Menanggung Resiko Terhadap Keberhasilan Usaha Kepuasan Pelanggan Toko Sembako di Bangun Purba Medan. Penelitian ini dilakukan dalam rangka menyelesaikan skripsi Program Studi Manajemen kewirausahaan. Saya sangat menghargai partisipasi anda dalam menjawab kuesioner ini. Atas kesediaannya dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner in, saya ucapkan terima kasih.

BAGIAN 1 : CARA PENGISIAN

1. Bacalah baik-baik setiap pertanyaan dan setiap alternatif jawaban yang diberikan.
2. Pilih alternatif jawaban yang paling sesuai menurut Anda dan berikan tanda ceklis.
3. Terdapat 5 (Lima) alternatif pengisian jawaban yaitu :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

BAGIAN 2 : DATA RESPONDEN

Nama :

Usia :

Pendidikan terakhir :

Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan

(Catatan : Coret yang tidak perlu)

1. HARGA (X1)

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
A	Keterjangkauan Harga Sebuah Produk					
1.	Harga sebuah produk di toko Bangun Purba terjangkau.					
2.	Sebagian besar Harga sebuah produk di toko Bangun Purba sesuai dengan kemampuan konsumen.					
B.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk					
1.	Harga sebuah produk di toko Bangun Purba sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.					
2.	Konsumen merasa puas dengan harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk.					
C.	Daya saing harga					
1.	Produk di toko Bangun Purba lebih murah dibandingkan produk di tempat lain.					
2.	Produk di toko Bangun Purba dapat bersaing dengan produk di tempat lain.					
D	Kesesuaian harga dengan manfaat					
1.	Harga produk di toko Bangun Purba sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.					

2.	Harga produk di toko bangun purba sesuai dengan manfaat yang diberikan.					
----	---	--	--	--	--	--

2. Lokasi (X2)

No	Pernyataan		Alternatif Jawaban			
			S	KS	TS	STS
A.	Akses	SS				
1.	Lokasi di toko Bangun Purba mudah dijangkau oleh sarana transportasi.					
2.	Ada banyak jalan alternatif menuju toko Bangun Purba.					
B.	Visibilitas					
1.	Lokasi di toko Bangun Purba dapat dilihat dengan jelas dari jarak jauh.					
2.	Toko Bangun Purba tidak ditutup oleh toko-toko lain.					
C.	Lalu Lintas					
1.	Banyak terlihat orang berlalu-lalang di sekitar lokasi di toko Bangun Purba.					
2.	Jalan menuju toko Bangun Purba merupakan jalan pusat kota.					
D.	Tempat Parkir					
1.	Di toko Bangun Purba memiliki tempat parkir yang nyaman.					
2.	Di toko Bangun Purba memiliki tempat parkir yang luas.					
E.	Lingkungan					
1.	Lingkungan disekitar lokasi di toko Bangun Purba sangat mendukung penjualan produk yang ditawarkan.					
2.	Lingkungan sekitar toko Bangun Purba aman.					
F.	Lokasi Pesaing					
1.	Disekitar lokasi di toko Bangun Purba terdapat warung yang lain.					

2.	Disekitar lokasi toko Bangun Purba tidak ada toko yang menjual produk sejenis.					
----	--	--	--	--	--	--

3. Inovasi Produk (X3)

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
A.	Bentuk	SS	S	KS	TS	STS
1.	Bentuk produk yang ada di toko Bangun Purba sangat baik.					
2.	Bentuk produk yang ada di toko Bangun Purba sangat variatif.					
B.	Fitur					
1.	Fitur produk yang ada di toko Bangun Purba sangat memberikan manfaat kepada konsumen					
2.	Fitur produk yang ada di toko Bangun Purba berbeda dengan yang ada di toko lain.					
C.	Ketahanan					
1.	Produk yang ada di toko bangun purba memiliki daya tahan yang baik.					
2.	Produk yang ada di toko Bangun Purba memiliki daya tahan yang lama.					
D.	Gaya					
1.	Produk yang ada di toko Bangun Purba memiliki kemasan yang menarik.					
2.	Produk yang ada di toko Bangun Purba memiliki kemasan yang berkualitas.					
E.	Desain					
1.	Desain produk yang ada di toko bangun purba sangat bagus.					
2.	Desain produk yang ada di toko Bangun Purba berbeda dengan toko lain.					

4. Kesiapan Menanggung Resiko Terhadap Keberhasilan Usaha

No.	Pernyataan		Alternatif Jawaban			
A.	Rugi, Untung, Meningkat, dan Menurun, Sukses, Bangkrut	SS	S	KS	TS	STS
1	Harga dari toko Bangun Purba meningkat dan membuat sukses untung					
2	Inovasi Produk dari toko Bangun Purba menurun dan membuat bangkrut rugi					

5. Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan		Alternatif Jawaban			
A	Perasaan Puas	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya sangat puas dengan produk yang ada di toko Bangun Purba.					
2.	Saya sangat puas dengan pelayanan yang diberikan saat membeli barang di toko Bangun Purba.					
B	Selalu Membeli Produk					
1.	Saya selalu ingin kembali membeli produk di toko Bangun Purba.					
2.	Saya ingin membeli produk lebih dari biasanya.					
C	Akan Merekomendasikan Kepada Orang Lain					
1.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli barang di toko Bangun Purba.					
2.	Saya akan mengajak orang lain untuk membeli produk di toko Bangun Purba.					

D	Terpenuhinya Harapan Pelanggan Setelah Membeli Produk					
1.	Saya merasa puas terhadap kualitas produk yang di toko Bangun Purba .					
2.	Kualitas produk yang ada di toko Bangun Purba sesuai dengan harapan pelanggan.					

28 Maret 2023

Responden

LAMPIRAN 2

DATA IDENTITAS RESPONDEN

No	Nama Responden	Jenis kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir
1.	KEVIN	Laki-laki	27TH	SMA
2.	YANI	Perempuan	23TH	SMP
3.	PINA	Perempuan	21TH	SMP
4.	ANDI	Laki-laki	24TH	SMA
5.	CLAYRIN	Perempuan	20TH	SMA
6.	SALIM	Laki-laki	21TH	S1
7.	JOKHO	Laki-laki	27TH	SMP
8.	DIKI	Laki-laki	22TH	SMA
9.	MELISA	Perempuan	25TH	SMA
10.	JENY	Perempuan	25TH	SMA
11.	MAE	Perempuan	25TH	SMA
12.	ERIK	Laki-laki	22TH	SMA
13.	ALI	Laki-laki	24TH	SD
14.	JOSELYN	Perempuan	42TH	SD
15.	LILI	Pempuan	18TH	SMA
16.	FILBERT	Laki-laki	32TH	SMA
17.	JESIKA	Perempuan	30TH	SMA
18.	LIA	Perempuan	25TH	SMA
19.	TIARA	Perempuan	17TH	SMA
20.	SANTI	Perempuan	38TH	SD
21.	NICO	Laki-laki	40TH	SD
22.	YANTO	Laki-laki	24TH	SMA
23.	GUNAN	Laki-laki	21TH	SMA
24.	PUNIH	Perempuan	23TH	SMA
25.	LINA	Perempuan	17TH	SMP
26.	RESA	Perempuan	20TH	SD
27.	AYU	Perempuan	25TH	S1
28.	FARIDA	Perempuan	22TH	S1
29.	MIMIN	Perempuan	20TH	SMA
30.	INTAN	Perempuan	22TH	S1
31.	FAIZAL	Laki-laki	23TH	S1
32.	SUNARTI	Perempuan	27TH	SMA
33.	IMAN	Laki-laki	28TH	SMA
34.	DARWIN	Laki-laki	40TH	TIDAK SEKOLAH
35.	STEVANI	Perempuan	50TH	TIDAK SEKOLAH
36.	DARSEN	Laki-laki	35TH	SD

37.	SUSANTO	Laki-laki	30TH	SMA
38.	JENNIE	Perempuan	28TH	D3

39.	CELINE	Perempuan	24TH	D3
40.	MINIH	perempuan	39TH	SMP
41.	DAMERIAH	Perempuan	35TH	SMP
42.	HENDRIK	Laki-laki	25TH	SMP
43.	HERMAN	Laki-laki	40TH	SMA
44.	RASWATI	Perempuan	28TH	SMA
45.	DEA	Perempuan	20TH	SMA
46.	NOVI	Perempuan	24TH	SMA
47.	REZA	Laki-laki	22TH	SMA
48.	ANDI	Laki-laki	19TH	SMA
49.	KELVIN	Laki-laki	19TH	SMP
50.	ANNA	Perempuan	26TH	SMA
51.	ENNIE	Perempuan	24TH	SMA
52.	MARINUS	Laki-laki	21TH	SMA
53.	ATHA	Laki-laki	45TH	SMA
54.	CUAN MARCELINO	Laki-laki	21TH	SMP
55.	ALPIN	Laki-laki	25TH	SMP
56.	ERFAN	Laki-laki	29TH	SMP
57.	MANDA	Perempuan	25TH	SMP
58.	ARIS ZEBUA	Laki-laki	25TH	SMP
59.	LUFTY ANSARI	Laki-laki	24TH	SMP
60.	VIVI	Perempuan	24TH	SMP
61.	PIAN	Laki-laki	25TH	SMP
62.	RINY	Perempuan	28TH	SMA
63.	IYUS	Laki-laki	31TH	SMA
64.	ASTUTIH	Perempuan	34TH	SMA
65.	CHRISTIAN RIZKY HUTAURUK	Laki-laki	22TH	SMA
66.	PASKA	Perempuan	32TH	SMA
67.	AGUS	Laki-laki	32TH	SMA
68.	ASIM	Laki-laki	23TH	SMA
69.	SUNIATI	Perempuan	28TH	SMA
70.	MINTALINA	Perempuan	27TH	SMA
71.	LENA	Perempuan	22TH	SMP

72.	FILICIA	Perempuan	20TH	SMP
73.	INIAN CECILIA	Perempuan	26TH	SMP
74.	ROIDA	Perempuan	28TH	SMP
75.	PONI	Perempuan	30TH	SMP
76.	CHRIS	Laki-laki	45TH	SD
77.	TANATI	Perempuan	23TH	S1
78.	SAKTIKA	Perempuan	29TH	D3
79.	AHMAD ZAKI RANGKUTI	Laki-laki	30TH	D3
80.	RIKKI HARIANJA	Laki-laki	32TH	SMP
81.	SHISAN	Laki-laki	31TH	SMP
82.	HANDY	Laki-laki	34TH	SMP
83.	MURIAN	Laki-laki	38TH	SMP
84.	SENDRAKON	Laki-laki	38TH	SMP
85.	ALIANS	Laki-laki	40TH	SMP
86.	FIRDAUS	Laki-laki	31TH	SMP
87.	YUSMAN ZEBUA	Laki-laki	32TH	SMP
88.	SUPRATO	Laki-laki	34TH	SMP
89.	ANNY	Perempuan	62TH	SMP
90.	SAHPUTRA	Laki-laki	28TH	SMA
91.	SURMIANTO	Laki-laki	29TH	SMA
92.	HENRY	Laki-laki	32TH	SD
93.	ERVINA	Perempuan	28TH	SMA
94.	WILLIAM	Laki-laki	32TH	SMA
95.	SANDY WIHAYU LAI WIN	Laki-laki	21TH	DIPLO MA 3
96.	VELICIA	Perempuan	20TH	SMA
97.	JHONANTAN	Laki-laki	28TH	SMA
98.	ERIC NATHAN	Laki-laki	21TH	SMA
99.	JESICA	Perempuan	30TH	SMA
100.	OLIVIA	Perempuan	23TH	SMA
101	TEVIN	Laki-laki	30TH	SMA
102	GRASIA	Perempuan	27TH	SMP

103.	STEPHANIE	Perempuan	22TH	SMP
104.	PAULIN	Laki-laki	21TH	SMA
105.	TIFANY	Perempuan	40TH	SD
106.	ANGELA	Perempuan	38TH	SD
107.	RHAMAT	Laki-laki	42TH	SD
108.	CANTHY	Perempuan	24TH	SMA
109.	SHERLY	Perempuan	22TH	SMA
110.	DERMAWAN	Laki-laki	26TH	SMA
111.	CHRALICA THEOHANDI	Perempuan	25TH	SMA
112.	ROMY	Laki-laki	22TH	SMA
113.	VETER	Laki-laki	40TH	SD
114.	GARY THEO	Laki-laki	42TH	SD
115.	JENOARI	Laki-laki	28TH	SMA
116.	ARDHI	Laki-laki	32TH	SMA
117.	SUCIPTO	Laki-laki	30TH	SMA
118.	HALIM	Laki-laki	25TH	SMA
119.	AMIR	Laki-laki	27TH	SMA
120.	TIURMA	Laki-laki	38TH	SD
121.	INDRA	Laki-laki	40TH	SD
122.	HERMONTI	Laki-laki	24TH	SMA
123.	PAUL	Laki-laki	24TH	SASTR A 1
124.	SIMBOLON	Laki-laki	23TH	SMA
125.	AGUS	Laki-laki	27TH	SMP
126.	ADI	Laki-laki	20TH	SD
127.	ENDY	Laki-laki	25TH	S1
128.	STEVEN	Laki-laki	22TH	S1
129.	THEO	Laki-laki	20TH	SMA
130.	VINCET	Laki-laki	22TH	S1
131.	FERNANDES	Laki-laki	23TH	S1
132.	TONY	Laki-laki	27TH	SMA
133.	AGUNG	Laki-laki	28TH	SMA
134.	ANDRE	Laki-laki	40TH	TIDAK SEKOL AH

135.	FELIX	Laki-laki	50TH	TIDAK SEKOLAH
136.	ATO LIM	Laki-laki	35TH	SD
137.	STEPHEN	Laki-laki	30TH	SMA
138.	STEVANDI	Laki-laki	28TH	D3
139.	VANIE	Perempuan	24TH	D3
140.	SUCITA	perempuan	39TH	SMP
141.	ANJELINA	Perempuan	35TH	SMP
142.	JEFFRY	Laki-laki	25TH	SMP
143.	DIFA	Laki-laki	40TH	SMA
144.	VENNY	Perempuan	28TH	SMA
145.	JESICA	Perempuan	20TH	SMA
146.	RESTA	Perempuan	24TH	SMA
147.	ELVIN	Laki-laki	22TH	SMA
148.	JOHANES	Laki-laki	29TH	SMA
149.	NABIL	Laki-laki	29TH	SMP
150.	FERDY	Laki-laki	26TH	SMA
151.	SINDY	Perempuan	24TH	SMA
152.	YUMI	Perempuan	21TH	SMA
153.	AHMAD	Laki-laki	45TH	TDK SKLH
154.	DEA	Perempuan	21TH	SMP
155.	MUMI	Perempuan	25TH	SMP
156.	TIARA	Perempuan	29TH	SMP
157.	CLARA	Perempuan	25TH	SMP
158.	NONA	Perempuan	25TH	SMP
159.	ANGGITA	Perempuan	24TH	SMP
160.	YOSHE	Perempuan	24TH	SMP
161.	JENIFER	Perempuan	25TH	SMP
162.	EVELYN	Perempuan	28TH	SMA
163.	DICKY	Laki-laki	31TH	SMA
164.	NATASYA	Perempuan	34TH	SMA
165.	YAFIZ	Laki-laki	22TH	SMA
166.	ATIKAH	Perempuan	32TH	SMA

167.	ALGIS	Laki-laki	32TH	SMA
168.	ARMESTIAN	Laki-laki	23TH	SMA
169.	AMRINA	Perempuan	28TH	SMA
170.	ZUBAIDA	Perempuan	27TH	SMA
171.	NADHIRA	Perempuan	22TH	SMP
172.	VIOLIN	Perempuan	20TH	SMP
173.	LINA	Perempuan	26TH	SMP
174.	AEM	Perempuan	28TH	SMP
175.	SUSI	Perempuan	30TH	SMP
176.	TOM	Laki-laki	45TH	SD
177	SUSAN	Perempuan	23TH	S1
178	LENI	Perempuan	29TH	D3
179	SISI	Perempuan	30TH	D3
180	CHELSEI	Perempuan	32TH	SMP
181	VENI	Perempuan	31TH	SMP
182	MASTIKA	Laki-laki	34TH	SMP
183	RICHIE	Laki-laki	38TH	SMP
184	KINAN	Laki-laki	38TH	SMP
185	FATIMAH	Perempuan	40TH	SMP
186	AFRINAH	Perempuan	31TH	SMP
187	DIAN	Perempuan	32TH	SMP
188	YONA	Perempuan	34TH	SMP
189	RATNA	Perempuan	62TH	SMP
190	VINCET	Laki-laki	28TH	SMA
191	EKA	Laki-laki	29TH	SMA
192	CHANDRA	Laki-laki	32TH	SD
193	VANESHA	Perempuan	28TH	SMA
194	MARCELINO	Laki-laki	32TH	SMA
195	LEONARDI	Laki-laki	21TH	SMA
196	VINA	Perempuan	20TH	SMA
197	JUMADI	Laki-laki	28TH	SMA
198	SALIM	Laki-laki	21TH	SMA
199	KAIRI	Perempuan	30TH	SMA
200	GARY	Laki-laki	23TH	SMA

LAMPIRAN 3

DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN

1. VARIABEL HARGA

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL Y
5	3	5	4	4	3	4	3	31
4	3	5	4	4	4	3	4	31
5	3	4	4	4	3	3	4	30
4	4	5	4	5	4	4	4	34
4	3	4	3	4	3	3	4	28
5	5	5	5	5	4	3	5	37
3	5	4	4	3	3	4	5	31
5	5	5	4	5	5	5	4	38
3	3	4	3	3	4	3	4	27
4	3	4	4	4	3	4	4	30
4	4	5	5	5	5	3	4	35
4	5	4	4	3	4	5	4	33
4	3	4	3	4	4	4	4	30
3	5	4	3	4	4	3	3	29
4	4	4	3	4	3	5	5	32
4	5	5	4	5	3	5	5	36
5	4	5	5	5	4	4	4	36
3	4	5	4	4	5	4	5	34
4	4	4	4	4	5	4	4	33
5	4	5	5	5	4	4	4	36
3	5	3	4	5	5	5	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	4	3	4	4	30
5	5	4	5	4	4	4	5	36
4	4	4	3	5	4	4	3	31
3	5	4	4	3	4	3	3	29
5	4	5	4	5	4	4	4	35
4	4	4	3	4	4	5	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	4	4	3	3	29
4	5	4	4	4	5	5	4	35
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	4	5	4	5	4	35
4	4	4	3	4	4	4	4	31

3	4	5	5	5	4	4	3	33
4	4	4	4	4	3	4	3	30
5	4	3	4	4	4	4	4	32
4	5	4	4	4	4	5	4	34
4	4	5	4	5	5	4	4	35
5	4	5	5	5	4	5	5	38
3	4	5	5	4	4	5	3	33
3	4	4	4	4	4	4	4	31
5	5	3	4	4	5	4	4	34
3	4	3	5	4	3	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	5	5	5	5	37
4	4	5	4	4	4	5	4	34
4	4	4	3	4	3	5	3	30
5	4	4	5	5	5	5	5	38
4	3	4	4	5	5	5	3	33
4	5	5	4	5	5	5	5	38
4	5	4	3	5	5	5	4	35
5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	4	4	5	5	5	4	4	35
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	4	5	5	4	5	38
5	4	5	4	5	5	5	5	38
4	4	4	4	3	3	4	4	30
4	5	4	4	3	5	4	4	33
5	5	4	4	3	4	4	5	34
4	3	3	4	4	3	3	4	28
5	4	4	4	4	4	4	5	34
4	5	5	4	5	5	5	3	36
4	4	4	4	4	4	5	5	34
5	4	4	5	5	5	5	5	38
5	4	5	4	5	5	5	4	37
4	5	5	4	5	5	5	5	38
4	3	4	4	4	4	5	3	31
4	4	4	4	4	4	5	4	33
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	4	5	4	4	4	5	36
5	5	4	4	3	4	3	4	32
4	4	3	5	5	5	4	5	35
4	4	5	5	5	4	3	4	34
4	4	5	5	5	5	4	5	37
3	4	3	5	4	3	4	4	30
4	4	5	4	4	5	4	4	34
5	5	4	5	5	5	4	4	37

4	4	4	3	5	3	4	5	32
4	4	3	4	4	4	4	5	32
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	4	5	5	4	5	4	35
5	4	5	5	5	3	3	4	34
5	4	5	4	4	5	4	4	35
4	4	5	4	4	4	4	5	34
5	4	4	5	5	5	4	4	36
4	4	5	4	4	5	5	5	36
5	3	5	4	4	3	4	3	31
4	3	5	4	4	4	3	4	31
5	3	4	4	4	3	3	4	30
4	4	5	4	5	4	4	4	34
4	3	4	3	4	3	3	4	28
5	5	5	5	5	4	3	5	37
3	5	4	4	3	3	4	5	31
5	5	5	4	5	5	5	4	38
3	3	4	3	3	4	3	4	27
4	3	4	4	4	3	4	4	30
4	4	5	5	5	5	3	4	35
4	5	4	4	3	4	5	4	33
4	3	4	3	4	4	4	4	30
3	5	4	3	4	4	3	3	29
4	4	4	3	4	3	5	5	32
4	5	5	4	5	3	5	5	36
5	4	5	5	5	4	4	4	36
3	4	5	4	4	5	4	5	34
4	4	4	4	4	5	4	4	33
5	4	5	5	5	4	4	4	36
3	5	3	4	5	5	5	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	4	3	4	4	30
5	5	4	5	4	4	4	5	36
4	4	4	3	5	4	4	3	31
3	5	4	4	3	4	3	3	29
5	4	5	4	5	4	4	4	35
4	4	4	3	4	4	5	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	4	4	3	3	29
4	5	4	4	4	5	5	4	35
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	4	5	4	5	4	35
4	4	4	3	4	4	4	4	31

3	4	5	5	5	4	4	3	33
4	4	4	4	4	3	4	3	30
5	4	3	4	4	4	4	4	32
4	5	4	4	4	4	5	4	34
4	4	5	4	5	5	4	4	35
5	4	5	5	5	4	5	5	38
3	4	5	5	4	4	5	3	33
3	4	4	4	4	4	4	4	31
5	5	3	4	4	5	4	4	34
3	4	3	5	4	3	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	5	5	5	5	37
4	4	5	4	4	4	5	4	34
4	4	4	3	4	3	5	3	30
5	4	4	5	5	5	5	5	38
4	3	4	4	5	5	5	3	33
4	5	5	4	5	5	5	5	38
4	5	4	3	5	5	5	4	35
5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	4	4	5	5	5	4	4	35
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	4	5	5	4	5	38
5	4	5	4	5	5	5	5	38
4	4	4	4	3	3	4	4	30
4	5	4	4	3	5	4	4	33
5	5	4	4	3	4	4	5	34
4	3	3	4	4	3	3	4	28
5	4	4	4	4	4	4	5	34
4	5	5	4	5	5	5	3	36
4	4	4	4	4	4	5	5	34
5	4	4	5	5	5	5	5	38
5	4	5	4	5	5	5	4	37
4	5	5	4	5	5	5	5	38
4	3	4	4	4	4	5	3	31
4	4	4	4	4	4	5	4	33
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	4	5	4	4	4	5	36
5	5	4	4	3	4	3	4	32
4	4	3	5	5	5	4	5	35
4	4	5	5	5	4	3	4	34
4	4	5	5	5	5	4	5	37
3	4	3	5	4	3	4	4	30
4	4	5	4	4	5	4	4	34
5	5	4	5	5	5	4	4	37

4	4	4	3	5	3	4	5	32
4	4	3	4	4	4	4	5	32
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	4	5	5	4	5	4	35
5	4	5	5	5	3	3	4	34
5	4	5	4	4	5	4	4	35
4	4	5	4	4	4	4	5	34
5	4	4	5	5	5	4	4	36
4	4	5	4	4	5	5	5	36
5	3	5	4	4	3	4	3	31
4	3	5	4	4	4	3	4	31
5	3	4	4	4	3	3	4	30
4	4	5	4	5	4	4	4	34
4	3	4	3	4	3	3	4	28
5	5	5	5	5	4	3	5	37
3	5	4	4	3	3	4	5	31
5	5	5	4	5	5	5	4	38
3	3	4	3	3	4	3	4	27
4	3	4	4	4	3	4	4	30
4	4	5	5	5	5	3	4	35
4	5	4	4	3	4	5	4	33
4	3	4	3	4	4	4	4	30
3	5	4	3	4	4	3	3	29
4	4	4	3	4	3	5	5	32
4	5	5	4	5	3	5	5	36
5	4	5	5	5	4	4	4	36
3	4	5	4	4	5	4	5	34
4	4	4	4	4	5	4	4	33
5	4	5	5	5	4	4	4	36
3	5	3	4	5	5	5	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	4	3	4	4	30
5	5	4	5	4	4	4	5	36

2. VARIABEL LOKASI

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	TOTAL X2
4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	46
5	4	4	3	4	4	3	3	2	5	4	4	45
3	4	4	3	3	3	3	3	1	3	4	4	38
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	46
3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	42

5	4	5	4	4	4	3	4	3	5	4	5	50
4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	3	45
4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	55
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	37
5	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	47
3	5	4	4	4	5	3	4	3	3	5	4	47
4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	55
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	45
4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	48
4	4	3	4	3	3	5	3	4	4	4	3	44
5	3	4	5	4	3	5	5	4	5	3	4	50
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	52
5	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	51
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	55
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	56
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	58
5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	49
4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	44
5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	53
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	52
4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	47
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	57
3	3	3	4	3	4	5	3	4	3	3	3	41
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	41
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	45
4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	53
4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	48
4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	49
5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	49
4	5	4	3	3	5	4	4	5	4	5	4	50
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	51
4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	58
4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	41
4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	50
4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	48
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	51
4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	48

4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	54
4	4	4	4	3	5	5	4	3	4	4	4	48
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	55
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	58
5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	54
4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	53
4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	53
5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	55
4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	54
4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	43
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	51
4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	45
4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	41
4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	47
5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	56
5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	50
4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	52
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	57
5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	55
4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	48
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	55
5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	56
5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	53
4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	46
5	4	4	3	4	4	3	3	2	5	4	4	45
3	4	4	3	3	3	3	3	1	3	4	4	38
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	46
3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	42
5	4	5	4	4	4	3	4	3	5	4	5	50
4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	3	45
4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	55
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	37
5	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	47
3	5	4	4	4	5	3	4	3	3	5	4	47
4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	55
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	45
4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	48
4	4	3	4	3	3	5	3	4	4	4	3	44
5	3	4	5	4	3	5	5	4	5	3	4	50
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	52
5	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	51
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	55
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	56
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	58

5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	49
4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	44
5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	53
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	52
4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	47
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	57
3	3	3	4	3	4	5	3	4	3	3	3	41
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	41
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	45
4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	53
4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	48
4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	49
5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	49
4	5	4	3	3	5	4	4	5	4	5	4	50
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	51
4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	58
4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	41
4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	50
4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	48
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	51
4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	48
4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	54
4	4	4	4	3	5	5	4	3	4	4	4	48
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	55
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	58
5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	54
4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	53
4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	53
5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	55
4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	54
4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	43
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	51
4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	45
4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	41
4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	47
5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	56
5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	50

4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	52
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	57
5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	55
4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	48
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	55
5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	56
5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	53
4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	46
5	4	4	3	4	4	3	3	2	5	4	4	45
3	4	4	3	3	3	3	3	1	3	4	4	38
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	46
3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	42
5	4	5	4	4	4	3	4	3	5	4	5	50
4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	3	45
4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	55
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	37
5	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	47
3	5	4	4	4	5	3	4	3	3	5	4	47
4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	55
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	45
4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	48
4	4	3	4	3	3	5	3	4	4	4	3	44
5	3	4	5	4	3	5	5	4	5	3	4	50
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	52
5	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	51
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	55
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	56
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	58
5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	49
4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	44
5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	53
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	52
4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	47
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	57
3	3	3	4	3	4	5	3	4	3	3	3	41
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	41
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	45
4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	53
4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	48

4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	49
5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	49
4	5	4	3	3	5	4	4	5	4	5	4	50
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	51
4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	58
4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	41
4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	50
4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	48
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	51
4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	48
4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	54
4	4	4	4	3	5	5	4	3	4	4	4	48
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	55
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	58
5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	54
4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	53
4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	53

3. VARIABEL INOVASI PRODUK

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	TOTAL X3
5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	42
4	3	4	3	2	4	4	3	3	4	34
5	3	3	4	3	4	3	3	4	4	36
5	4	5	4	4	5	3	3	3	2	38
3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	36
4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	37
4	3	3	4	4	3	5	4	3	4	37
5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	46
5	5	5	3	4	5	3	4	3	4	41
4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	38
4	3	5	4	4	3	3	3	4	4	37
5	5	5	3	4	5	5	4	5	4	45
4	3	5	3	3	4	4	3	4	5	38
3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	37
4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	37
4	3	5	4	5	4	4	3	4	5	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	37

5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	46
5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	47
5	5	4	4	4	3	3	3	4	5	40
5	5	5	4	3	4	3	3	4	4	40
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	39
4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	41
4	4	3	4	4	3	5	4	5	4	40
4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	42
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	43
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
5	5	5	3	3	4	4	4	4	5	42
4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	37
4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	44
3	4	4	5	5	5	5	5	5	3	44
4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	40
4	3	4	4	3	4	5	4	3	5	39
4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	38
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	43
4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	36
5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	40
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
4	3	5	3	3	4	3	4	4	5	38
4	4	5	4	5	3	4	3	5	5	42
5	5	5	4	3	4	4	3	3	5	41
5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	46
4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	45
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	46
5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	47
5	5	4	4	3	5	5	5	5	4	45
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	45
4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	46
5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	46
4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	41
4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	36
4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	38

5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	44
5	4	3	4	4	4	3	4	5	5	41
5	4	3	4	4	5	5	4	3	4	41
5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	43
5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	46
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	47
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	37
4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	41
5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	46
3	4	4	4	3	4	5	4	5	4	40
4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	41
4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	42
4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	42
5	4	3	4	4	4	5	4	5	5	43
4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	43
5	5	5	4	3	4	5	3	4	5	43
4	4	4	4	3	4	5	5	3	3	39
5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	37
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
4	4	4	3	5	4	5	5	4	3	41
4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	42
4	4	4	3	5	4	5	5	4	3	41
4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	42
5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	42
4	3	4	3	2	4	4	3	3	4	34
5	3	3	4	3	4	3	3	4	4	36
5	4	5	4	4	5	3	3	3	2	38
3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	36
4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	37
4	3	3	4	4	3	5	4	3	4	37
5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	46
5	5	5	3	4	5	3	4	3	4	41
4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	38
4	3	5	4	4	3	3	3	4	4	37
5	5	5	3	4	5	5	4	5	4	45
4	3	5	3	3	4	4	3	4	5	38
3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	37
4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	37
4	3	5	4	5	4	4	3	4	5	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	37

5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	46
5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	47
5	5	4	4	4	3	3	3	4	5	40
5	5	5	4	3	4	3	3	4	4	40
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	39
4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	41
4	4	3	4	4	3	5	4	5	4	40
4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	42
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	43
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
5	5	5	3	3	4	4	4	4	5	42
4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	37
4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	44
3	4	4	5	5	5	5	5	5	3	44
4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	40
4	3	4	4	3	4	5	4	3	5	39
4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	38
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	43
4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	36
5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	40
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
4	3	5	3	3	4	3	4	4	5	38
4	4	5	4	5	3	4	3	5	5	42
5	5	5	4	3	4	4	3	3	5	41
5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	46
4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	45
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	46
5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	47
5	5	4	4	3	5	5	5	5	4	45
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	45
4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	46
5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	46
4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	41
4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	36
4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	38

5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	44
5	4	3	4	4	4	3	4	5	5	41
5	4	3	4	4	5	5	4	3	4	41
5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	43
5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	46
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	47
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	37
4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	41
5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	46
3	4	4	4	3	4	5	4	5	4	40
4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	41
4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	42
4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	42
5	4	3	4	4	4	5	4	5	5	43
4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	43
5	5	5	4	3	4	5	3	4	5	43
4	4	4	4	3	4	5	5	3	3	39
5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	37
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
4	4	4	3	5	4	5	5	4	3	41
4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	42
4	4	4	3	5	4	5	5	4	3	41
4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	42
5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	42
4	3	4	3	2	4	4	3	3	4	34
5	3	3	4	3	4	3	3	4	4	36
5	4	5	4	4	5	3	3	3	2	38
3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	36
4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	37
4	3	3	4	4	3	5	4	3	4	37
5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	46
5	5	5	3	4	5	3	4	3	4	41
4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	38
4	3	5	4	4	3	3	3	4	4	37
5	5	5	3	4	5	5	4	5	4	45
4	3	5	3	3	4	4	3	4	5	38
3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	37
4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	37
4	3	5	4	5	4	4	3	4	5	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	37

5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	46
5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	47
5	5	4	4	4	3	3	3	4	5	40
5	5	5	4	3	4	3	3	4	4	40
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46

4. VARIABEL KESIAPAN MENANGGUNG RESIKO TERHADAP KEBERHASILAN USAHA

X4.1	X4.2	TOTAL X4
4	4	8
3	4	7
4	5	9
4	4	8
4	4	8
4	5	9
4	4	8
5	3	8
4	5	9
4	4	8
4	3	7
4	4	8
5	5	10
4	3	7
4	5	9
4	4	8
4	5	9
4	4	8
4	4	8
4	4	8
5	4	9
5	5	10
5	4	9
4	4	8
4	4	8
5	5	10
4	5	9
4	4	8
4	4	8

4	3	7
4	3	7
4	4	8
5	5	10
5	4	9
4	4	8
5	4	9
5	5	10
4	4	8
5	4	9
5	5	10
5	5	10
3	4	7
4	5	9
4	4	8
4	4	8
4	5	9
4	4	8
5	3	8
4	5	9
4	4	8
4	3	7
4	4	8
5	5	10
4	3	7
4	5	9
4	4	8
4	5	9
4	4	8
4	4	8
4	4	8
5	4	9
5	5	10
5	4	9
4	4	8
4	4	8
5	5	10
4	5	9
4	4	8
4	4	8
4	3	7
4	3	7
4	4	8
5	5	10

5	4	9
4	4	8
5	4	9
5	5	10
4	4	8
5	4	9
5	5	10
5	5	10
3	4	7
4	5	9
4	4	8
4	4	8
4	5	9
4	4	8
5	3	8
4	5	9
4	4	8
4	3	7
4	4	8
5	5	10
4	3	7
4	5	9
4	4	8
4	5	9
4	4	8
4	4	8
4	4	8
5	4	9
5	5	10
5	4	9
4	4	8
4	4	8
5	5	10
4	5	9
4	4	8
4	4	8
4	3	7
4	3	7
4	4	8
5	5	10
5	4	9
4	4	8
5	4	9
5	5	10

4	4	8
5	4	9
5	5	10
5	5	10
3	4	7
4	5	9
4	4	8
4	4	8
4	5	9
4	4	8
5	3	8
4	5	9
4	4	8
4	3	7
4	4	8
5	5	10
4	3	7
4	5	9
4	4	8
4	5	9
4	4	8
4	4	8
4	4	8
5	4	9
5	5	10
5	4	9
4	4	8
4	4	8
5	5	10
4	5	9
4	4	8
4	4	8
4	3	7
4	3	7
4	4	8
5	5	10
5	4	9
4	4	8
5	4	9
5	5	10
4	4	8
5	4	9
5	5	10
5	5	10

3	4	7
4	5	9
4	4	8
4	4	8
4	5	9
4	4	8
5	3	8
4	5	9
4	4	8
4	3	7
4	4	8
5	5	10
4	3	7
4	5	9
4	4	8
4	5	9
4	4	8
4	4	8
4	4	8
5	4	9
5	5	10
5	4	9
4	4	8
4	4	8
5	5	10
4	5	9
4	4	8
4	4	8
4	3	7
4	3	7
4	4	8
5	5	10
5	4	9
4	4	8
5	4	9
5	5	10
4	4	8
5	4	9
5	5	10

5. VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5.6	X5.7	X5.8	TOTAL X5
5	4	4	5	4	5	4	3	34
4	3	3	3	2	5	3	3	26
5	3	4	3	5	5	3	4	32
4	4	4	4	3	5	4	5	33
4	4	4	4	3	4	3	3	29
5	5	5	4	3	5	3	4	34
3	3	4	4	3	4	4	4	29
5	5	5	5	5	5	5	3	38
3	4	3	3	3	4	3	3	26
4	3	5	4	3	4	4	4	31
4	3	3	4	3	5	3	4	29
4	4	5	5	3	5	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	4	5	3	3	27
4	4	4	3	4	4	5	3	31
4	3	4	5	4	4	5	4	33
5	4	5	4	5	5	4	3	35
3	4	4	5	3	5	4	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	4	5	4	4	35
3	4	4	5	5	4	5	5	35
4	3	4	4	3	5	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	3	31
5	4	4	4	4	5	4	3	33
4	4	4	4	4	5	4	4	33
3	4	5	4	3	4	3	5	31
5	5	4	5	5	4	4	5	37
4	3	4	3	4	3	5	4	30
4	4	4	4	3	4	4	4	31
4	4	4	4	4	5	3	3	31
4	4	4	5	5	4	5	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	4	4	5	32
4	5	4	5	5	3	5	4	35
4	4	4	4	3	3	4	3	29
3	3	4	4	4	3	4	3	28
4	3	4	4	4	4	4	4	31
5	4	4	5	5	5	4	3	35
4	4	4	4	4	4	5	4	33
4	4	3	4	5	4	4	4	32

5	5	5	5	5	4	5	4	38
3	4	4	5	5	3	5	4	33
3	4	4	4	4	4	4	3	30
5	5	5	5	4	5	4	5	38
3	4	3	3	3	5	4	4	29
4	4	4	5	3	4	4	4	32
4	5	5	4	4	5	5	4	36
4	3	4	4	4	5	5	4	33
4	3	4	4	4	5	5	4	33
5	4	5	4	5	5	5	5	38
4	4	4	4	3	4	5	4	32
4	5	4	5	5	5	5	5	38
4	3	5	4	5	5	5	4	35
5	4	4	4	5	4	5	5	36
4	3	5	5	5	5	4	4	35
5	4	5	4	5	4	5	5	37
5	5	5	5	4	5	4	5	38
5	4	5	4	5	5	5	5	38
4	5	4	3	4	3	4	5	32
4	4	3	5	4	4	4	4	32
5	5	4	4	3	5	4	4	34
4	5	4	4	3	4	3	4	31
5	4	4	3	5	5	4	4	34
4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	3	4	4	5	5	3	32
5	5	5	4	5	5	5	3	37
5	4	4	4	5	5	5	3	35
4	4	5	4	4	5	5	5	36
4	4	5	5	4	5	5	5	37
4	5	4	4	5	5	5	5	37
5	4	5	4	5	5	5	4	37
5	4	4	4	4	5	4	3	33
5	5	4	4	4	3	3	4	32
4	4	5	4	3	5	4	5	34
4	3	4	4	4	4	3	5	31
4	4	5	5	5	5	4	5	37
3	4	4	3	3	5	4	4	30
4	4	5	5	3	4	4	4	33
5	4	4	4	4	5	4	5	35
4	4	5	3	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	4	4	5	34
4	4	5	4	4	5	4	5	35
4	3	4	5	4	5	5	5	35
5	4	5	4	4	3	3	5	33

5	4	4	5	5	5	4	4	36
4	4	5	4	4	5	5	5	36
5	4	5	4	5	4	5	5	37
4	4	4	5	4	4	4	4	37
5	4	4	5	4	5	4	3	34
4	3	3	3	2	5	3	3	26
5	3	4	3	5	5	3	4	32
4	4	4	4	3	5	4	5	33
4	4	4	4	3	4	3	3	29
5	5	5	4	3	5	3	4	34
3	3	4	4	3	4	4	4	29
5	5	5	5	5	5	5	3	38
3	4	3	3	3	4	3	3	26
4	3	5	4	3	4	4	4	31
4	3	3	4	3	5	3	4	29
4	4	5	5	3	5	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	4	5	3	3	27
4	4	4	3	4	4	5	3	31
4	3	4	5	4	4	5	4	33
5	4	5	4	5	5	4	3	35
3	4	4	5	3	5	4	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	4	5	4	4	35
3	4	4	5	5	4	5	5	35
4	3	4	4	3	5	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	3	31
5	4	4	4	4	5	4	3	33
4	4	4	4	4	5	4	4	33
3	4	5	4	3	4	3	5	31
5	5	4	5	5	4	4	5	37
4	3	4	3	4	3	5	4	30
4	4	4	4	3	4	4	4	31
4	4	4	4	4	5	3	3	31
4	4	4	5	5	4	5	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	4	4	5	32
4	5	4	5	5	3	5	4	35
4	4	4	4	3	3	4	3	29
3	3	4	4	4	3	4	3	28
4	3	4	4	4	4	4	4	31
5	4	4	5	5	5	4	3	35
4	4	4	4	4	4	5	4	33
4	4	3	4	5	4	4	4	32

5	5	5	5	5	4	5	4	38
3	4	4	5	5	3	5	4	33
3	4	4	4	4	4	4	3	30
5	5	5	5	4	5	4	5	38
3	4	3	3	3	5	4	4	29
4	4	4	5	3	4	4	4	32
4	5	5	4	4	5	5	4	36
4	3	4	4	4	5	5	4	33
4	3	4	4	4	5	5	4	33
5	4	5	4	5	5	5	5	38
4	4	4	4	3	4	5	4	32
4	5	4	5	5	5	5	5	38
4	3	5	4	5	5	5	4	35
5	4	4	4	5	4	5	5	36
4	3	5	5	5	5	4	4	35
5	4	5	4	5	4	5	5	37
5	5	5	5	4	5	4	5	38
5	4	5	4	5	5	5	5	38
4	5	4	3	4	3	4	5	32
4	4	3	5	4	4	4	4	32
5	5	4	4	3	5	4	4	34
4	5	4	4	3	4	3	4	31
5	4	4	3	5	5	4	4	34
4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	3	4	4	5	5	3	32
5	5	5	4	5	5	5	3	37
5	4	4	4	5	5	5	3	35
4	4	5	4	4	5	5	5	36
4	4	5	5	4	5	5	5	37
4	5	4	4	5	5	5	5	37
5	4	5	4	5	5	5	4	37
5	4	4	4	4	5	4	3	33
5	5	4	4	4	3	3	4	32
4	4	5	4	3	5	4	5	34
4	3	4	4	4	4	3	5	31
4	4	5	5	5	5	4	5	37
3	4	4	3	3	5	4	4	30
4	4	5	5	3	4	4	4	33
5	4	4	4	4	5	4	5	35
4	4	5	3	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	4	4	5	34
4	4	5	4	4	5	4	5	35
4	3	4	5	4	5	5	5	35
5	4	5	4	4	3	3	5	33

5	4	4	5	5	5	4	4	36
4	4	5	4	4	5	5	5	36
5	4	5	4	5	4	5	5	37
4	4	4	5	4	4	4	4	37
5	4	4	5	4	5	4	3	34
4	3	3	3	2	5	3	3	26
5	3	4	3	5	5	3	4	32
4	4	4	4	3	5	4	5	33
4	4	4	4	3	4	3	3	29
5	5	5	4	3	5	3	4	34
3	3	4	4	3	4	4	4	29
5	5	5	5	5	5	5	3	38
3	4	3	3	3	4	3	3	26
4	3	5	4	3	4	4	4	31
4	3	3	4	3	5	3	4	29
4	4	5	5	3	5	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	4	5	3	3	27
4	4	4	3	4	4	5	3	31
4	3	4	5	4	4	5	4	33
5	4	5	4	5	5	4	3	35
3	4	4	5	3	5	4	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	4	5	4	4	35
3	4	4	5	5	4	5	5	35
4	3	4	4	3	5	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	3	31
5	4	4	4	4	5	4	3	33

LAMPIRAN 4

Mapping Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	MAD	Teori yang Digunakan	Kesimpulan	Publikasi
1.	Andawari, Anindya Rachma dan Kamal Tahun (2014)	Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pembelian	Metode Analisis Regresi Linear Berganda	Keputusan Pembelian Menurut Peter & Olson (2000) Harga (Tjiptono,2000) Lokasi Lupiyoadi (2001) Kualitas Produk Kotler dan Amstrong (2005)	Menghasilkan kesimpulan bahwa pengaruh harga, lokasi, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen..	Terbit di Universitas Diponegoro Ilmu dan Riset Vol 3, No 13 2014
2.	Inka Janita Sembiring ,Suharyono,Andriani Kusumawati (2014)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Studi pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang	Analisis Jalur (Path Analisis)	Produk (kotler 2005:84) Kualitas Pelayanan (Lupiyoadi2013:216)	Menghasilkan kesimpulan bahwa Kualitas produk dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Kualitas produk terbukti memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.	Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 15 No. 1 Oktober 2014.

3.	Ismail Razak (2016)	<i>The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfact with the Mediator of Customer Value</i>	Metode Analisis Linear Berganda	Kotler and Armstrong (2012) defined that "customer satisfaction is the extent to which a product's perceived performance matches buyers expectations.	Kesimpulan menunjukkan bahwa Variabel kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.	Journal of Marketing and Consumer Research ISSN 24228451 An International Peerreviewed Journal Vol. 30
4.	Emik Iriyanti, Nurul Qomariah dan Akhmad Suharto (2016)	Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Depot Mie Pangsit Jember	Analisis Regresi Linier Berganda	Harga menurut Kotler (2003) Kualitas Produk (Tjiptono dan Candra, 2005) Lokasi (Swasta dan Irawan, 2007) Kepuasan Pelanggan Kotler (2003) Loyalitas Pelanggan (Tjiptono, 2006).	Menghasilkan kesimpulan bahwa harga, kualitas produk, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pada Depot Mie Pangsit Jember.	Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol 2. No. 1 Juni 2016
5.	Riyono dan Gigih Erlik Budiharja (2016)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image	Analisis regresi linier berganda	Kualitas Produk Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 346) Harga Menurut Basu swastha (2003:241)	Menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas Produk , Harga, Promosi dan Brand image mempunyai pengaruh positif dan	Jurnal STIE Semarang, VOL 8, NO 2, Edisi Juni 2016

		terhadap Keputusan Pembeliat Produk AQUA terbit pada Jurnal STIE Semarang		Promosi Buchari Alma (2007:179) Brand Image Buchari Alma (2007: 147) Perilaku Konsumen NugrohoJ. Setiadi (2003:3)	signifikan terhadap keputusan membeli konsumen air minum AQUA	
6.	Dharu Kusuma Wardani, Patricia Diana Paramita dan Maria M Minarsih (2016)	Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada <i>Repurchase Itention</i>	analisis regresi linier berganda	Produk (Kotler, 2010) Harga (Kotler dan Amstrong, 2012). Promosi menurut Suryadi (2011) Kepuasan Konsumen Menurut Kotler (2010)	Menghasilkan kesimpulan bahwa produk, harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan menghasilkan kesimpulan bahwa produk harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Repurchase Itention</i> .	Journal of Management Vol. 02 No. 02, Maret 2016
7.	Putu Sundari Aprelia Dewi dan Ni Wayan Sri Suprapti (2018)	Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan yang Dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merk	analisis regresi linier berganda	Produk (Kotler dan Keller, 2009 : 143) Kepuasan pelanggan Nurlinda (2013) Harga Nugraheni dan Ferdinan (2013)	menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan	Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausaha an Vol. 12 No. 2 Agustus 2018

					terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Citra merek yang dimiliki produk smartphone merek Oppo merupakan variabel yang paling mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.	
8.	Setyo Ferry Wibowo dan Maya Puspita Karimah	Pengaruh Iklan Televisi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux	analisis regresi linier berganda	Iklan (Kotler 2012:454) Harga (Kotler 2012:314) Keputusan Pembelian (Peter dan James 2004:48)	menghasilkan kesimpulan bahwa Iklan Televisi dan Harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian	Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol. 3, No. 1, 2012
9.	SB. Handayani dan M. Taufik	Analisa Keputusan Konsumen Warung Angkringan yang Dipengaruhi Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan	analisis regresi linier berganda	Perilaku konsumen (Kotler,2009:22 1) Lokasi (Fitzsimmons, 1994). Fasilitas Fandy Tjiptono (2012) Kualitas Pelayanan Fandy Tjiptono (2012)	menghasilkan kesimpulan bahwa lokasi yang strategis, fasilitas yang mendukung dan kualitas pelayanan penting bagi keputusan konsumen angkringan di Semarang.	Jurnal Ekonomi Manajemen

LAMPIRAN 5

UJI VALIDITAS

A. Variabel Harga (H)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.077	.251**	.286**	.309**	.158*	.072	.225**	.524**
	Sig. (2-tailed)		.278	<.001	<.001	<.001	.026	.308	.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X1.2	Pearson Correlation	.077	1	.061	.175*	.074	.364**	.303**	.267**	.525**
	Sig. (2-tailed)	.278		.391	.013	.295	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X1.3	Pearson Correlation	.251**	.061	1	.203**	.396**	.228**	.097	.063	.502**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.391		.004	<.001	.001	.172	.375	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X1.4	Pearson Correlation	.286**	.175*	.203**	1	.382**	.265**	.057	.219**	.574**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.013	.004		<.001	<.001	.427	.002	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X1.5	Pearson Correlation	.309**	.074	.396**	.382**	1	.376**	.256**	.115	.647**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.295	<.001	<.001		<.001	<.001	.106	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X1.6	Pearson Correlation	.158*	.364**	.228**	.265**	.376**	1	.311**	.175*	.661**
	Sig. (2-tailed)	.026	<.001	.001	<.001	<.001		<.001	.013	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X1.7	Pearson Correlation	.072	.303**	.097	.057	.256**	.311**	1	.193**	.527**
	Sig. (2-tailed)	.308	<.001	.172	.427	<.001	<.001		.006	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X1.8	Pearson Correlation	.225**	.267**	.063	.219**	.115	.175*	.193**	1	.501**
	Sig. (2-tailed)	.001	<.001	.375	.002	.106	.013	.006		<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.524**	.525**	.502**	.574**	.647**	.661**	.527**	.501**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

B. Variabel Lokasi (L)

		Correlations												TOTAL_X2
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	
X2.1	Pearson Correlation	1	.253**	.373**	.347**	.324**	.221**	.312**	.272**	.257**	1.000**	.293**	.373**	.636**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X2.2	Pearson Correlation	.253**	1	.438**	.234**	.346**	.373**	.135	.293**	.261**	.253**	1.000**	.438**	.648**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	.057	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X2.3	Pearson Correlation	.373**	.438**	1	.373**	.464**	.423**	.154	.289**	.270**	.373**	.438**	1.000**	.719**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.029	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X2.4	Pearson Correlation	.347**	.234**	.373**	1	.351**	.373**	.371**	.386**	.305**	.347**	.234**	.373**	.612**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X2.5	Pearson Correlation	.324**	.346**	.464**	.351**	1	.345**	.152	.434**	.340**	.374**	.346**	.464**	.625**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	.032	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X2.6	Pearson Correlation	.221**	.373**	.423**	.373**	.345**	1	.326**	.306**	.447**	.231**	.373**	.423**	.645**
	Sig. (2-tailed)	.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X2.7	Pearson Correlation	.312**	.135	.154	.371**	.152	.326**	1	.331**	.600**	.312**	.135	.154	.542**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.057	.029	<.001	.032	<.001		<.001	<.001	<.001	.057	.029	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X2.8	Pearson Correlation	.272**	.293**	.289**	.386**	.434**	.306**	.331**	1	.381**	.272**	.293**	.289**	.580**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X2.9	Pearson Correlation	.257**	.261**	.270**	.305**	.340**	.447**	.600**	.381**	1	.257**	.261**	.270**	.641**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X2.10	Pearson Correlation	1.000**	.253**	.373**	.347**	.324**	.221**	.312**	.272**	.257**	1	.253**	.373**	.636**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X2.11	Pearson Correlation	.263**	1.000**	.438**	.234**	.346**	.373**	.135	.293**	.261**	.253**	1	.438**	.648**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.057	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X2.12	Pearson Correlation	.373**	.438**	1.000**	.373**	.464**	.423**	.154	.289**	.270**	.373**	.438**	1	.719**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.029	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.836**	.640**	.719**	.613**	.625**	.645**	.542**	.590**	.841**	.836**	.648**	.719**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

C. Variabel Inovasi Produk (KP)

		Correlations										
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.447**	.360**	.174*	.105	.382**	.044	-.003	.171*	.243**	.519**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.014	.140	<.001	.540	.966	.016	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X3.2	Pearson Correlation	.447**	1	.311**	.128	.147*	.340**	.139*	.193**	.180*	.071	.539**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	.071	.038	<.001	.049	.006	.011	.316	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X3.3	Pearson Correlation	.360**	.311**	1	.208**	.200**	.322**	.018	-.109	.204**	.204**	.497**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		.003	.004	<.001	.796	.123	.004	.004	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X3.4	Pearson Correlation	.174*	.128	.208**	1	.378**	.239**	.188**	.092	.265**	.029	.483**
	Sig. (2-tailed)	.014	.071	.003		<.001	<.001	.008	.193	<.001	.886	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X3.5	Pearson Correlation	.105	.147*	.200**	.378**	1	.257**	.171*	.256**	.283**	.076	.537**
	Sig. (2-tailed)	.140	.038	.004	<.001		<.001	.015	<.001	<.001	.388	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X3.6	Pearson Correlation	.382**	.340**	.322**	.239**	.257**	1	.283**	.292**	.236**	.182**	.657**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.010	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X3.7	Pearson Correlation	.044	.139*	.018	.188**	.171*	.283**	1	.516**	.396**	.160*	.565**
	Sig. (2-tailed)	.540	.049	.796	.008	.015	<.001		<.001	<.001	.024	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X3.8	Pearson Correlation	-.003	.193**	-.109	.092	.266**	.292**	.516**	1	.455**	.027	.522**
	Sig. (2-tailed)	.966	.006	.123	.193	<.001	<.001	<.001		<.001	.706	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X3.9	Pearson Correlation	.171*	.180*	.204**	.265**	.283**	.236**	.386**	.455**	1	.337**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.016	.011	.004	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X3.10	Pearson Correlation	.243**	.071	.204**	.029	.076	.182**	.160*	.027	.337**	1	.428**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.316	.004	.886	.288	.010	.024	.706	<.001		<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.519**	.539**	.497**	.483**	.537**	.657**	.555**	.522**	.661**	.428**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

D. Variabel Kesiapan menanggung resiko terhadap keberhasilan usaha

		Correlations			
		X4.1	X4.2	X4.3	TOTAL_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.270**	1.000**	.888**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200
X4.2	Pearson Correlation	.270**	1	.270**	.682**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001
	N	200	200	200	200
X4.3	Pearson Correlation	1.000**	.270**	1	.888**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001
	N	200	200	200	200
TOTAL_X4	Pearson Correlation	.888**	.682**	.888**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	
	N	200	200	200	200

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

E. Variabel Kepuasan Pelanggan (KPL)

		Correlations								
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.367**	.370**	.131	.393**	.261**	.089	-.002	.575**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.065	<.001	<.001	.211	.975	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.2	Pearson Correlation	.367**	1	.262**	.233**	.193**	-.010	.120	.126	.501**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	.006	.890	.091	.076	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.3	Pearson Correlation	.370**	.262**	1	.292**	.242**	.119	.315**	.324**	.640**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	.094	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.4	Pearson Correlation	.131	.233**	.292**	1	.243**	.032	.327**	.243**	.575**
	Sig. (2-tailed)	.065	<.001	<.001		<.001	.648	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.5	Pearson Correlation	.393**	.193**	.242**	.243**	1	.030	.474**	.146*	.648**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.006	<.001	<.001		.678	<.001	.040	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.6	Pearson Correlation	.261**	-.010	.119	.032	.030	1	.050	.000	.312**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.890	.094	.648	.678		.480	.998	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.7	Pearson Correlation	.089	.120	.315**	.327**	.474**	.050	1	.223**	.601**
	Sig. (2-tailed)	.211	.091	<.001	<.001	<.001	.480		.002	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.8	Pearson Correlation	-.002	.126	.324**	.243**	.146*	.000	.223**	1	.482**
	Sig. (2-tailed)	.975	.076	<.001	<.001	.040	.998	.002		<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.575**	.501**	.640**	.575**	.648**	.312**	.601**	.482**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 6

HASIL UJI RELIABILITAS

A. Variabel Harga

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	76.3
	Excluded ^a	62	23.7
	Total	262	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.685	8

B. Variabel Lokasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	76.3
	Excluded ^a	62	23.7
	Total	262	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	12

C. Variabel Inovasi Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	76.3
	Excluded ^a	62	23.7
	Total	262	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	10

D. Variabel Kesiapan Menanggung Resiko Terhadap Keberhasilan Usaha

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	76.3
	Excluded ^a	62	23.7
	Total	262	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.726	3

E. Variabel Kepuasan Pelanggan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	76.3
	Excluded ^a	62	23.7
	Total	262	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.664	8

LAMPIRAN 7

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.37636112
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.037
	Negative	-.045
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.428
	99% Confidence Interval	Lower Bound .415
		Upper Bound .441

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	8.743	3.338	2.619	.010			
	TOTAL_X1	.122	.060	.121	2.047	.042	.944	1.059
	TOTAL_X2	.062	.035	.106	1.774	.078	.933	1.072
	TOTAL_X3	.426	.048	.529	8.841	.001	.924	1.082
	TOTAL_X4	-.019	.129	-.009	-.149	.049	.975	1.025

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.453	1.958		2.785	.006
	TOTAL_X1	-.121	.035	-.247	-3.459	.501
	TOTAL_X2	.013	.020	.047	.658	.511
	TOTAL_X3	.009	.028	.023	.317	.751
	TOTAL_X4	-.042	.075	-.039	-.559	.577

a. Dependent Variable: RES2

LAMPIRAN 8

HASIL Uji ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.743	3.338		2.619	.010
	TOTAL_X1	.122	.060	.121	2.047	.042
	TOTAL_X2	.062	.035	.106	1.774	.078
	TOTAL_X3	.426	.048	.529	8.841	.088
	TOTAL_X4	-.019	.129	-.009	-.149	.882

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

LAMPIRAN 9

HASIL UJI T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.743	3.338		2.619	.010		
	TOTAL_X1	.122	.060	.121	2.047	.042	.944	1.059
	TOTAL_X2	.062	.035	.106	1.774	.078	.933	1.072
	TOTAL_X3	.426	.048	.529	2.841	.001	.924	1.082
	TOTAL_X4	-.019	.129	-.009	-.149	.049	.975	1.025

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

LAMPIRAN 10

HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI (Adjusted R2)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.743	3.338		2.619	.010
	TOTAL_X1	.122	.060	.121	2.047	.042
	TOTAL_X2	.062	.035	.106	1.774	.078
	TOTAL_X3	.426	.048	.529	8.841	<.001
	TOTAL_X4	-.019	.129	-.009	-.149	.882

a. Dependent Variable: TOTAL_Y



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 12 Oktober 2022

Nomor : 5784/R/STIE-EP/X/2022

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Toko Bangun Purba
Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Gunawan
NIM	: 191010006
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Sembako Bangun Purba Di Medan

Untuk mengadakan peninjauan ke Toko Bangun Purba yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

SURAT BALASAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Amy

Alamat : Jln. Gatot Subroto no. 142

Telepon : 0618465807

Dengan ini, kami memberikan izin kepada Mahasiswa yang bernama Gunawan untuk melakukan riset penelitian berhubungan dengan proposalnya yang berjudul **Pengaruh Harga, Lokasi, Inovasi Produk dan Kesiapaan Menanggung Resiko Terhadap Keberhasilan Usaha Melalui Kepuasan Pelanggan Toko Sembako Bangun Purba Di Medan.**

Demikian surat balasan ini dibuat untuk dipergunakan semestinya.

Medan, 06 Febuari 2023

Toko Bangun Purba



Amy

Pemilik Usaha



STIE EKA PRASETYA

VOUCHER SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Gunawan
NIM : 191010006
Tanggal : 15/2/2022

Diketahui

Lisa Elianti Nst
Akademik

NGGI ILMU EKONOMI
KA PRASETYA

PESERTA SEMINAR PROPOSAL

: Gunawan
: 191010006
: Manajemen

II SEMINAR		NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Selasa 15/2/2022	Kelvin wijaya JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Lokasi usaha Dan harga Terhadap keputusan pembelian Konsumen pada produk susu cadang Di Toko Selamat Jaya medan	181010147
2	Selasa 15/2/2022	marco C JUDUL PROPOSAL: Pengaruh kualitas pelayanan Dan kualitas produk Terhadap keputusan Pembelian pada usaha bika ambon Nikmat medan	181010061
3	Selasa 15/2/2022	Ferrier JUDUL PROPOSAL: analisis pengaruh kualitas Pelayanan Dan kualitas produk Terhadap Keputusan konsumen pada CV Sinar waluh	181010132
4	Rabu 16/2/2022	Kelvin wiranta JUDUL PROPOSAL: pengaruh karakteristik Kewirausahaan Milenial Di media sosial Dan harga Terhadap penjualan Di Kopi Titik Kema	181010254
5	Rabu 16/2/2022	SETiawan JUDUL PROPOSAL: Dampak Inovasi Bakso Dan layanan Kewirausahaan Dalam menarik Pembelian Bakso Sapi Semarang	181010105
		JUDUL PROPOSAL :	
		JUDUL PROPOSAL :	
		JUDUL PROPOSAL :	

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 20/02/2022
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si



STIE LOKA PRABESYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa : Euphonia

Kelas : Kejurusan Sistem A

NIM : 191010006

Komunikasi : Kewirausahaan, Pemasaran, dan yang ada di sekitar

HP/WA : 083180341717

Email: SE.Turangga@gmail.com

Alamat Email: Tia Gadi Subrata

Nama Dosen Pembimbing 1:

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.

Nama Dosen Pembimbing 2:

Muhammad aliallah, S.E., M.M.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	1-10-2022	Bim Bimbingan Skripsi	ffg
2	04-02-2023	Revisi Bab 1, Bab 2, Bab 3, metode Penelitian,	ffg
3	04-02-2023	~~dan Bab 4~~ Latar, Belalang, merdeka, format,	ffg
4	04-02-2023	Kajian Pustaka, kutipan huruf besar ke ul,	ffg
5	04-02-2023	Variabel Hipotesis, kurva, format, format,	ffg
6	05-02-2023	Hal Tabel, lampiran, Gerdin, daftar isi, halaman	ffg
7	05-02-2023	daftar Pustaka, referensi	ffg
8	03-04-2023	Bab 4 SPSS.	ffg
9	06-05-2023	Revisi Bimbingan	ffg
10	08-02-2023	~~dan Bab 4~~ ~~dan Bab 4~~ ACC terpu	ffg
11	6-5-2023	ACC sidang	ffg
12			
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	14 April-2023	Hipotesisnya di Singkat dan Detail	
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.



STE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
2



Nama Mahasiswa : Gunawan

Kelas : Kewirausahaan A

NIM : 191010006

Konsentrasi : Kewirausahaan, Perencanaan (akut yang tidak sesuai)

HP/WA : 083190341717

Email : setiawanungunawan50@gmail.com

Alamat Tinggal : Jln. GadoT Subroto

Nama Dosen Pembimbing 1 :

HommyDorthyEllyanySinaga, S.T., M.M.

Nama Dosen Pembimbing 2 :

MuhammadAlifAlban, S.E., M.M.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	20-01-2023	Bimbingan judul	Agil
2	20-01-2023	Revisi Peromoran Halaman, Logo dan Praratya.	Agil
3	01-02-2023	Merjua Halaman, Formalde	
4	01-02-2023	Revisi Masalah	Agil
5	01-02-2023	- Latar belakang	
6	01-02-2023	- Mekanisme dan struktur M.R.	
7	01-02-2023	- Berikan alas pengantar sebelum keari	
8	01-02-2023	- Kerangka konseptual	Agil
9	04-02-2023	ACC bab 1 & 2	Agil
10	28-04-2023	Paraf Uji & ACC	
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	30-3/05-04/2023	Sampel Responden Rumus, lampiran, formalnya Tambahin	[Signature]
2	30-3/05-04/2023	latur belakang, cari terdang Kepuasan Pelanggan Acc Bab 1-Bab 3	
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua I Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Gunawan

Alamat: jalan Gatot Subroto no 142 kecamatan Medan Helvetia sei kambing c

Tempat / Tgl. Lahir : 09 Oktober 2001 Medan

Agama (Religion)	: Buddha
Jenis Kelamin (Sex)	: laki-laki
Status Perkawinan (Marital Status)	: Belum menikah
Nomor Hp (Mobile Phone Number)	: 0831 8034 1717
Kewarganegaraan (Nationality)	: Indonesia
Email	: setiawangunawan50@gmail.com

Medan, 8 Mei 2023

Gunawan