

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kondisi Objektif Perusahaan (Profil Perusahaan)

Dinda Baby Shop merupakan tempat usaha yang menyediakan berbagai kebutuhan primer dan sekunder untuk bayi, serta beberapa kebutuhan primer untuk ibu setelah melahirkan, seperti pakaian bayi dan anak, alat makan dan minum bayi, perawatan badan bayi dan anak, dot dan botol bayi, popok bayi, selimut bayi, tempat tidur bayi, bantal dan guling bayi, stroller bayi, bak mandi bayi, mainan bayi dan anak, kursi makan bayi, gendongan bayi, gurita ibu melahirkan, jarik ibu melahirkan, pakaian dalam ibu, dan lain sebagainya. Dinda Baby Shop berdiri sejak tahun 2006 yang berlokasi di Jalan Pandegiling No. 143 Surabaya, Jawa Timur.

Dinda Baby Shop beroperasi setiap hari mulai pukul 07:00 sampai 21:00 WIB. Dalam mencapai keefektifan, Dinda Baby Shop memiliki 5 orang karyawan yang dibagi menjadi 2 karyawan pada shift kerja pagi (07:00 – 14:00), dan 3 karyawan pada shift kerja malam (14:00 – 21:00).

B. Analisis Deskriptif Responden

Jumlah kuesioner yang disebarkan kepada responden sejumlah 150 eksemplar, namun hasil data yang bagus adalah sebanyak 115 eksemplar. Penyebaran angket kuesioner dilakukan menggunakan *Google Form* dan manual *offline* yang berjalan

selama enam hari di lokasi penelitian. Dari 115 eksemplar yang dibagikan ke sejumlah responden, yang kembali sesuai sampel penelitian yakni 115 angket. Dengan demikian, data kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 115 responden.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok laki-laki dan perempuan. Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki - Laki	31	27,0 %
Perempuan	84	73,0 %
Total	115	100%

Sumber : Data diolah peneliti.

Berdasarkan sajian pada Tabel 4.1 diperoleh jumlah responden dengan dengan jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 31 (27,0 %) responden, sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 84 (73,0 %) responden. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Dinda Baby Shop mayoritas adalah perempuan. Biasanya perempuan yang melakukan keputusan pembelian karena mereka lebih tahu tentang produk perlengkapan untuk bayi dibandingkan kaum laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Hasil karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan sebagai berikut :

Tabel 4.2 Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
< 20 Tahun	9	7,8 %
20 - 30 Tahun	52	45,2 %
31 - 40 Tahun	31	27,0 %
41 - 50 Tahun	15	13,0 %
> 50 Tahun	8	7,0 %
Total	115	100%

Sumber : Data diolah peneliti.

Berdasarkan sajian data Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden yang berkunjung ke Dinda Baby Shop memiliki usia yang beragam. Responden terbanyak adalah usia 20 - 30 tahun berjumlah 52 (45,2%) responden. Hal ini menunjukkan pelanggan Dinda Baby Shop mayoritas usia muda atau dewasa awal.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Hasil karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan dapat ditunjukkan berikut :

Tabel 4.3 Status Pekerjaan

Status Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar / Mahasiswa	11	9,6 %
Karyawan Swasta	52	45,2 %
Ibu Rumah Tangga	39	33,9 %

Pegawai Negeri Sipil	3	2,6 %
Lainnya...	10	8,7 %
Total	115	100%

Sumber : Data diolah peneliti.

Berdasarkan sajian Tabel 4.3 diperoleh bahwa status pekerjaan responden mayoritas adalah karyawan swasta sebanyak 52 (45,2%) responden, selanjutnya diikuti oleh Ibu Rumah Tangga sebanyak 39 (33,9%) responden. Hal ini menunjukkan mayoritas pelanggan Dinda Baby Shop adalah karyawan swasta dan Ibu Rumah Tangga.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan / Uang Saku Per Bulan

Hasil karakteristik responden berdasarkan penghasilan / uang saku per bulan dapat ditunjukkan berikut :

Tabel 4.4 Penghasilan / Uang Saku Per Bulan

Penghasilan / Uang Saku Per Bulan	Frekuensi	Persentase
< Rp. 1.000.000	26	22,6 %
Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	30	26,1 %
Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	20	17,4 %
Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	19	16,5 %
> Rp. 4.000.000	20	17,4 %
Total	115	100%

Sumber : Data diolah peneliti.

Berdasarkan sajian Tabel 4.4 diperoleh bahwa penghasilan / uang saku responden per bulan terbanyak adalah Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 30 (26,1%) responden. Hal ini menunjukkan mayoritas pelanggan Dinda Baby

Shop adalah golongan pendapatan rendah, karena pendapatan pelanggan Dinda Baby Shop jauh dari nilai UMR (Upah Minimum Regional) kota Surabaya yaitu senilai Rp. 4.375.479,19.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal

Hasil karakteristik responden berdasarkan domisili tempat tinggal dapat ditunjukkan berikut :

Tabel 4.5 Domisili Tempat Tinggal

Domisili Tempat Tinggal	Frekuensi	Persentase
Surabaya Pusat	90	78,3 %
Surabaya Barat	4	3,5 %
Surabaya Selatan	9	7,8 %
Surabaya Timur	6	5,2 %
Surabaya Utara	2	1,7 %
Lainnya...	4	3,5 %
Total	115	100%

Sumber : Data diolah peneliti.

Berdasarkan sajian Tabel 4.5 diperoleh bahwa mayoritas domisili tempat tinggal pelanggan Dinda Baby Shop adalah area Surabaya Pusat sebanyak 90 (78,3%) responden.

6. Karakteristik Responden Intensitas Pembelian

Hasil karakteristik responden berdasarkan intensitas pembelian dapat ditunjukkan berikut :

Tabel 4.6 Intensitas Pembelian

Berapa Kali Berbelanja di Dinda Baby Shop ?	Frekuensi	Persentase
1 Kali	10	8,7 %
2 - 3 Kali	29	25,2 %
4 - 5 Kali	13	11,3 %
> 5 Kali	63	54,8 %
Total	115	100%

Sumber : Data diolah peneliti.

Berdasarkan sajian Tabel 4.6 diperoleh bahwa intensitas pembelian yang dilakukan oleh pelanggan Dinda Baby Shop terbanyak adalah lebih dari 5 kali pembelian sebanyak 63 (54,8%) responden. Hal ini menunjukkan mayoritas pelanggan Dinda Baby Shop sering melakukan pembelian secara berulang.

C. Analisis Data

1. Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Ketentuan dalam uji validitas adalah suatu variabel dapat dikatakan valid jika memiliki nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05, sedangkan ketentuan dalam uji reliabilitas adalah suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila angka koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7. Hasil dari uji validitas dan uji reliabilitas didapatkan berdasarkan hasil jawaban 30 responden awal pelanggan Dinda Baby Shop sebagai *try out* penelitian.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada setiap item pernyataan kuesioner pada variabel variasi produk, harga, lokasi, dan kepuasan konsumen. Adapun hasil uji validitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Variasi Produk (X1)

No.	Pernyataan	Korelasi Pearson	Sig.	Validitas
1	Dinda Baby Shop menyediakan produk dengan berbagai merek	0,827	0,000	Valid
2	Dinda Baby Shop menyediakan pilihan produk yang lengkap dan beragam	0,842	0,000	Valid
3	Dinda Baby Shop menyediakan berbagai macam variasi ukuran produk perlengkapan bayi dan pakaian anak sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0,813	0,000	Valid
4	Dinda Baby Shop menjual produk dari kualitas yang sedang hingga yang berkualitas baik	0,844	0,000	Valid

Sumber : Data diolah peneliti.

Sajian data Tabel 4.7 menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan variabel variasi produk (X1) memperoleh nilai signifikan *Korelasi Pearson* yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan seluruh butir pernyataan variabel variasi produk (X1) adalah valid.

Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Harga (X2)

No.	Pernyataan	Korelasi Pearson	Sig.	Validitas
1	Harga yang diberikan sesuai dengan produk yang dijual	0,695	0,000	Valid
2	Dinda Baby Shop selalu menampilkan harga produk dengan jelas menggunakan label harga	0,753	0,000	Valid

3	Dinda Baby Shop terkadang memberikan potongan harga / diskon	0,735	0,000	Valid
4	Harga yang ditawarkan Dinda Baby Shop sangat terjangkau sesuai dengan kantong masyarakat	0,814	0,000	Valid

Sumber : Data diolah peneliti.

Sajian data Tabel 4.8 menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan variabel harga (X2) memperoleh nilai signifikan *Korelasi Pearson* yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan variabel harga (X2) adalah valid.

Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Lokasi (X3)

No.	Pernyataan	Korelasi Pearson	Sig.	Validitas
1	Lokasi Dinda Baby Shop strategis dan mudah diakses oleh pejalan kaki, pengguna motor / mobil	0,867	0,000	Valid
2	Lokasi Dinda Baby Shop mudah dicari, dilihat, dan ditemui para pelanggan	0,903	0,000	Valid
3	Dinda Baby Shop terletak dipinggir jalan raya Pandegiling dengan cukup padat kendaraan lalu-lalang	0,782	0,000	Valid
4	Dinda Baby Shop memiliki fasilitas tempat parkir yang luas, aman, dan nyaman.	0,804	0,000	Valid
5	Dinda Baby Shop dapat diakses menggunakan Instagram dan Shopee	0,696	0,000	Valid
6	Dinda Baby Shop berdekatan dengan area pemukiman warga yang padat penduduk	0,715	0,000	Valid

Sumber : Data diolah peneliti.

Sajian data Tabel 4.9 menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan variabel lokasi (X3) memperoleh nilai signifikan *Korelasi Pearson* yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan variabel lokasi (X3) adalah valid.

Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Pernyataan	Korelasi Pearson	Sig	Validitas
1	Berbagai variasi produk, harga, lokasi dan fasilitas yang yang disediakan Dinda Baby Shop sesuai dengan harapan dan manfaat yang saya dapatkan	0,911	0,000	Valid
2	Saya akan berkunjung dan melakukan pembelian ulang di Dinda Baby Shop apabila saya membutuhkan perlengkapan bayi	0,935	0,000	Valid
3	Saya akan menyarankan Dinda Baby Shop sebagai salah satu tempat tujuan pembelian perlengkapan bayi kepada teman dan kerabat saya	0,845	0,000	Valid

Sumber : Data diolah peneliti.

Sajian data Tabel 4.10 menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan variabel kepuasan konsumen (Y) memperoleh nilai signifikan *Korelasi Pearson* yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan variabel kepuasan konsumen (Y) adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* adalah di atas 0,7. Hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Variasi Produk (X1)	0,824	Reliabel
Harga (X2)	0,794	Reliabel

Lokasi (X3)	0,794	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,862	Reliabel

Sumber : Data diolah peneliti.

Hasil uji reliabilitas yang disajikan dalam Tabel 4.11 menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,7. Artinya, semua variabel dinyatakan reliabel.

2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Statistik deskriptif variabel penelitian menggunakan pengambilan kesimpulan melalui interval penilaian. Hal ini dilakukan berdasarkan nilai rata-rata setiap variabel. Penilaian responden tertinggi dengan skor rata-rata 5 dan penilaian responden terendah dengan skor rata-rata 1. Dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Interval = \frac{Skor Maksimum - Skor Minimum}{5}$$

Keterangan :

Skor maksimum = 5

Skor minimum = 1

Jumlah kelas = 5

$$Interval = \frac{5 - 1}{5}$$

$$Interval = 0,80$$

Sehingga dapat ditentukan range jawaban sebagai berikut:

Tabel 4.12 Interval Penelitian

Interval	Penelitian
1,00 – 1,80	Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah peneliti.

Berdasarkan kriteria jawaban tersebut maka dapat dijelaskan deskriptif penilaian responden terhadap variabel penelitian sebagai berikut:

a. Statistitik Deskriptif Variabel Variasi Produk (X1)

Hasil statistik deskriptif untuk variabel variasi produk yang terdiri dari empat butir pernyataan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel Variasi Produk (X1)

Pernyataan	Mean
Dinda Baby Shop menyediakan produk dengan berbagai merek	4,60
Dinda Baby Shop menyediakan pilihan produk yang lengkap dan beragam	4,73
Dinda Baby Shop menyediakan berbagai macam variasi ukuran produk perlengkapan bayi dan pakaian anak sesuai dengan kebutuhan pelanggan	4,73
Dinda Baby Shop menjual produk dari kualitas yang sedang hingga yang berkualitas baik	4,73
Nilai Total Rata-rata	4,70

Sumber : Data diolah peneliti.

Berdasarkan Tabel 4.13 diketahui nilai total mean sebesar 4,70 yang termasuk dalam kategori (sangat tinggi). Artinya variasi produk yang disediakan oleh Dinda Baby Shop memiliki berbagai variasi produk dengan pilihan merek yang cukup lengkap sesuai dengan kualitas yang diinginkan oleh pelanggan.

Nilai mean item pernyataan tertinggi pada pernyataan “Dinda Baby Shop menyediakan pilihan produk yang lengkap dan beragam”, “Dinda Baby Shop menyediakan berbagai macam variasi ukuran produk perlengkapan bayi dan pakaian anak sesuai dengan kebutuhan pelanggan”, dan “Dinda Baby Shop menjual produk dari kualitas yang sedang hingga yang berkualitas baik”, ketiga pernyataan tersebut memiliki nilai mean yang sama besarnya yaitu 4,73 dengan kategori (sangat tinggi). Artinya variasi produk yang disediakan oleh Dinda Baby Shop sangat lengkap dengan berbagai ukuran dan kualitas produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Nilai mean terendah terdapat pada item pernyataan “Dinda Baby Shop menyediakan produk dengan berbagai merek” sebesar 4,60 dengan kategori (sangat tinggi). Hal ini menunjukkan bahwa variasi merek yang disediakan oleh Dinda Baby Shop terbilang sangat lengkap dan beragam.

b. Statistika Deskriptif Variabel Harga (X₂)

Hasil statistik deskriptif untuk variabel harga yang terdiri dari empat butir pernyataan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Variabel Harga (X2)

Pernyataan	Mean
Harga yang diberikan sesuai dengan produk yang dijual	4,60
Dinda Baby Shop selalu menampilkan harga produk dengan jelas menggunakan label harga	4,67
Dinda Baby Shop terkadang memberikan potongan harga / diskon	4,30
Harga yang ditawarkan Dinda Baby Shop sangat terjangkau sesuai dengan kantong masyarakat	4,57
Nilai Total Rata-rata	4,53

Sumber : Data diolah peneliti.

Berdasarkan Tabel 4.14 diketahui nilai total mean sebesar 4,53 yang termasuk dalam kategori (sangat tinggi). Artinya harga produk yang ditawarkan oleh Dinda Baby Shop sangat terjangkau sesuai dengan jenis produk yang diinginkan oleh konsumen, tulisan harga yang sangat jelas, serta Dinda Baby Shop memberikan potongan harga/diskon pada produk tertentu.

Nilai mean item pernyataan tertinggi pada pernyataan “Dinda Baby Shop selalu menampilkan harga produk dengan jelas menggunakan label harga” sebesar 4,67 dengan kategori (sangat tinggi). Artinya Dinda Baby Shop selalu menampilkan harga menggunakan label harga dengan tulisan yang sangat jelas pada masing-masing produk, hal ini bertujuan agar pelanggan Dinda Baby Shop dapat mengetahui dan mempertimbangkan harga produk yang akan dibeli sesuai dengan keinginannya.

Nilai mean terendah terdapat pada item pernyataan “Dinda Baby Shop terkadang memberikan potongan harga / diskon” sebesar 4,30 dengan kategori (sangat tinggi). Hal ini menunjukkan bahwa Dinda Baby Shop sering

memberikan potongan harga / diskon pada produk tertentu, serta sering mengadakan promo untuk baju bayi dan anak-anak.

c. Statistitik Deskriptif Variabel Lokasi (X3)

Hasil statistik deskriptif untuk variabel lokasi yang terdiri dari enam butir pernyataan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15 Statistik Deskriptif Variabel Lokasi (X3)

Pernyataan	Mean
Lokasi Dinda Baby Shop strategis dan mudah diakses oleh pejalan kaki, pengguna motor / mobil	4,63
Lokasi Dinda Baby Shop mudah dicari, dilihat, dan ditemui para pelanggan	4,77
Dinda Baby Shop terletak dipinggir jalan raya Pandegiling dengan cukup padat kendaraan lalu-lalang	4,73
Dinda Baby Shop memiliki fasilitas tempat parkir yang luas, aman, dan nyaman.	4,40
Dinda Baby Shop dapat diakses menggunakan Instagram dan Shopee	4,57
Dinda Baby Shop berdekatan dengan area pemukiman warga yang padat penduduk	4,67
Nilai Total Rata-rata	4,63

Sumber : Data diolah peneliti.

Berdasarkan Tabel 4.15 diketahui nilai total mean sebesar 4,63 yang termasuk dalam kategori (sangat tinggi). Artinya Dinda Baby Shop memiliki lokasi yang terletak dipinggir jalan raya sehingga sangat strategis, mudah diakses, dijangkau, dan ditemui para pelanggan. Dinda Baby Shop menyediakan tempat parkir yang luas, serta dapat melakukan transaksi via Instagram dan Shopee.

Nilai mean item pernyataan tertinggi pada pernyataan “Lokasi Dinda Baby Shop mudah dicari, dilihat, dan ditemui para pelanggan” sebesar 4,77 dengan kategori (sangat tinggi). Artinya pelanggan mudah menemukan lokasi Dinda Baby Shop.

Nilai mean terendah terdapat pada item pernyataan “Dinda Baby Shop memiliki fasilitas tempat parkir yang luas, aman, dan nyaman.” sebesar 4,40 dengan kategori (sangat tinggi). Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas tempat parkir yang disediakan oleh Dinda Baby Shop terbilang cukup luas, aman, dan nyaman, namun untuk pelanggan yang berkendara mobil hanya memiliki sedikit lahan parkir sehingga beresiko kemacetan jalan raya.

d. **Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

Hasil statistik deskriptif untuk variabel kepuasan konsumen yang terdiri dari tiga butir pernyataan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.16 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Pernyataan	Mean
Berbagai variasi produk, harga, lokasi dan fasilitas yang yang disediakan Dinda Baby Shop sesuai dengan harapan dan manfaat yang saya dapatkan	4,60
Saya akan berkunjung dan melakukan pembelian ulang di Dinda Baby Shop apabila saya membutuhkan perlengkapan bayi	4,60
Saya akan menyarankan Dinda Baby Shop sebagai salah satu tempat tujuan pembelian perlengkapan bayi kepada teman dan kerabat saya	4,77
Nilai Total Rata-rata	4,66

Sumber : Data diolah peneliti.

Berdasarkan Tabel 4.16 diketahui nilai total mean sebesar 4,66 yang termasuk dalam kategori (sangat tinggi). Artinya Dinda Baby Shop mampu memberikan kepuasan dari segi variasi produk, harga, dan lokasi kepada para konsumennya.

Nilai mean item pernyataan tertinggi pada pernyataan “Saya akan menyarankan Dinda Baby Shop sebagai salah satu tempat tujuan pembelian perlengkapan bayi kepada teman dan kerabat saya” sebesar 4,77 dengan kategori (sangat tinggi). Artinya pelanggan mendapatkan kepuasan setelah berbelanja di Dinda Baby Shop, sehingga pelanggan merekomendasikan Dinda Baby Shop sebagai salah satu tempat perlengkapan bayi di kawasan Pandegiling kepada teman dan kerabatnya.

Nilai mean terendah terdapat pada item pernyataan “Berbagai variasi produk, harga, lokasi dan fasilitas yang disediakan Dinda Baby Shop sesuai dengan harapan dan manfaat yang saya dapatkan.” , dan “Saya akan berkunjung dan melakukan pembelian ulang di Dinda Baby Shop apabila saya membutuhkan perlengkapan bayi”, kedua pernyataan tersebut memiliki nilai yang sama besarnya yaitu 4,60 dengan kategori (sangat tinggi). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasakan kepuasan dari segi variasi produk, harga, dan lokasi setelah melakukan pembelian di Dinda Baby Shop. Adanya perasaan kepuasan konsumen maka pelanggan akan melakukan pembelian berulang di Dinda Baby Shop.

3. Uji Normalitas

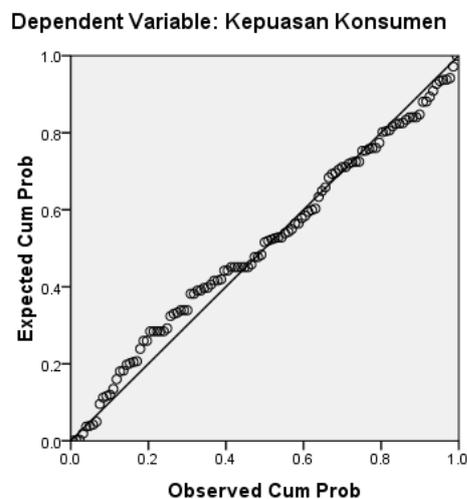
Uji normalitas dinyatakan normal apabila nilai signifikan $> 0,05$. Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*.

Tabel 4.17 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	115
Asymp. Sig. (2-tailed)	.429
a. Test distribution is Normal.	

Sumber : Data diolah peneliti.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.1 Grafik P-P Plot Normalitas

Sumber : Data diolah peneliti.

Berdasarkan data Tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,429 atau $> 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memiliki distribusi yang normal. Serta titik sebaran berada atau disekitar garis

normal yang artinya data berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau berada dalam sebaran normal.

4. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai hasil heteroskedastisitas dengan menggunakan teknik *Glejser* yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.18 Uji Heteroskedastisitas

	Model	Sig.
1	(Constant)	.000
	Variasi Produk	.324
	Harga	.063
	Lokasi	.640

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah peneliti.

Sajian data Tabel 4.18 Dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) antara variabel independen dengan absolut residual variasi produk $0,324 > 0,05$, harga $0,063 > 0,05$ dan lokasi $0,640 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

5. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai hasil multikolinearitas yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.19 Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Variasi Produk	.495	2.021
	Harga	.746	1.341
	Lokasi	.449	2.226

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah peneliti.

Berdasarkan data Tabel 4.19 menunjukkan bahwa nilai tolerance variabel variasi produk (X1) adalah $0,495 > 0,10$, variabel harga (X2) adalah $0,746 > 0,10$, dan variabel lokasi (X3) adalah $0,449 > 0,10$. Serta nilai VIF variabel variasi produk adalah (X1) $2,021 < 10,00$, variabel harga (X2) adalah $1,341 < 10,00$, dan variabel lokasi (X3) adalah $2,226 < 10,00$ sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 4.20 Hasil Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-1.466	.770
	Variasi Produk	.238	.053
	Harga	.137	.040
	Lokasi	.316	.039

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah peneliti.

Berdasarkan Tabel 4.20 dapat dilihat nilai konstanta (nilai α) sebesar 1,466 dan untuk (nilai β) pada variabel variasi produk (X1) sebesar 0,238, variabel harga (X2) sebesar 0,137, dan variabel lokasi (X3) sebesar 0,316. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,466 + 0,238X1 + 0,137X2 + 0,316X3 + e$$

Yang artinya :

- Nilai konstanta variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 1,466 yang menyatakan jika variabel variasi produk, harga, dan lokasi sama dengan nol maka variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 1,466.
- Koefisien X1 sebesar 0,238 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel variasi produk (X1) sebesar 1% maka terjadi peningkatan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,238 (23,8 %), dan sebaliknya apabila terjadi penurunan pada variabel variasi produk (X1) sebesar 1% maka variabel kepuasan konsumen (Y) menurun sebesar 0,238 (23,8 %).
- Koefisien X2 sebesar 0,137 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel harga (X2) sebesar 1% maka terjadi peningkatan variabel kepuasan

konsumen (Y) sebesar 0,137 (13,7 %), dan sebaliknya apabila terjadi penurunan pada variabel harga (X2) sebesar 1% maka variabel kepuasan konsumen (Y) menurun sebesar 0,137 (13,7 %).

- d. Koefisien X3 sebesar 0,316 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel lokasi (X3) sebesar 1% maka terjadi peningkatan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,316 (31,6 %), dan sebaliknya apabila terjadi penurunan pada variabel lokasi (X3) sebesar 1% maka variabel kepuasan konsumen (Y) menurun sebesar 0,316 (31,6 %).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa variabel variasi produk (X1), variabel harga (X2), dan variabel lokasi (X3) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

7. Uji T

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan, diperoleh nilai hasil Uji t sebagai berikut:

Tabel 4.21 Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	-1.466	.770	-1.903	.060
	Variasi Produk	.238	.053	4.495	.000
	Harga	.137	.040	3.401	.001
	Lokasi	.316	.039	8.129	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah peneliti.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t pada Tabel 4.21 dapat dijelaskan bahwa variabel variasi produk (X1) memperoleh nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel yaitu sebesar $4,495 > 1,981$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa H1 diterima, sehingga dapat dinyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel variasi produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dapat dilihat nilai Beta (β) pada variabel variasi produk yaitu 0,238, artinya variabel variasi produk memiliki besar pengaruh kedua setelah variabel lokasi.

Pada variabel harga (X2) memperoleh nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel yaitu sebesar $3,401 > 1,981$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Artinya bahwa H2 diterima, sehingga dapat dinyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dapat dilihat nilai Beta (β) pada variabel harga yaitu 0,137, artinya variabel variasi produk memiliki besar pengaruh ketiga setelah variabel lokasi dan variasi produk.

Dan pada variabel lokasi (X3) memperoleh nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel yaitu sebesar sebesar $8,129 > 1,981$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa H3 diterima, sehingga dapat dinyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel lokasi (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dapat dilihat nilai Beta (β) pada variabel lokasi yaitu 0,316, artinya variabel lokasi memiliki pengaruh utama yang sangat besar terhadap kepuasan konsumen.

8. Uji F

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan, diperoleh nilai hasil Uji F sebagai berikut:

Tabel 4.22 Hasil Uji F

	Model	Df	F	Sig.
1	Regression	3	127.041	.000 ^a
	Residual	111		
	Total	114		

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Variasi Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah peneliti.

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F pada Tabel 4.22 dapat dijelaskan bahwa variabel variasi produk (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) memperoleh nilai F hitung $127,041 > F$ tabel 2,69 dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut membuktikan bahwa H4 diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan

variabel variasi produk (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y).

9. Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebagai berikut :

Tabel 4.23 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square
1	.880 ^a	.774

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Variasi Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah peneliti.

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.23 dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,880 dimana mendekati angka 1 yang artinya variabel bebas mampu menjelaskan variable terikat. Sementara nilai koefisien determinasi (R_{Square}) sebesar 0,774 dengan nilai persentase 77,4 %, artinya bahwa terdapat sumbangan pengaruh variabel variasi produk, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Dinda Baby Shop sebesar 77,4 %, sementara sisanya sebesar 22,6 % dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

D. Pembahasan

1. Gambaran Variasi Produk Dinda Baby Shop

Hasil statistik deskriptif memperoleh nilai sebesar 4,70 yang menunjukkan bahwa tingkat variasi produk Dinda Baby Shop adalah sangat tinggi. Hal ini memberikan makna bahwa variasi produk yang disediakan oleh Dinda Baby Shop sangat lengkap dengan berbagai macam ukuran dan kualitas produk yang memiliki beragam pilihan merek sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing pelanggan. Sehingga variasi produk yang disediakan oleh Dinda Baby Shop dapat diterima oleh konsumen.

Tabel 4.24 Interval Variasi Produk

Interval	Total Rata-rata Variasi Produk (X1)	Penelitian
4,21 – 5,00	4,70	Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah peneliti.

2. Gambaran Harga Dinda Baby Shop

Hasil statistik deskriptif memperoleh nilai sebesar 4,53 yang menunjukkan bahwa tingkat harga yang ditawarkan Dinda Baby Shop adalah sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa harga produk yang ditawarkan oleh Dinda Baby Shop sangat terjangkau sesuai dengan kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen, tulisan harga yang sangat jelas, serta Dinda Baby Shop memberikan potongan harga/diskon pada produk tertentu. Sehingga harga yang ditawarkan oleh Dinda Baby Shop dapat diterima oleh Konsumen.

Tabel 4.25 Interval Harga

Interval	Total Rata-rata Harga (X2)	Penelitian
----------	----------------------------	------------

4,21 – 5,00	4,53	Sangat Tinggi
-------------	------	---------------

Sumber : Data diolah peneliti.

3. Gambaran Lokasi Dinda Baby Shop

Hasil statistik deskriptif memperoleh nilai sebesar 4,63 yang menunjukkan bahwa tingkat lokasi Dinda Baby Shop adalah sangat tinggi. Hal ini artinya Dinda Baby Shop memiliki lokasi yang terletak dipinggir jalan raya sehingga sangat strategis, mudah diakses, dijangkau, dan ditemui para pelanggan. Dinda Baby Shop menyediakan tempat parkir yang luas dan nyaman, serta dapat melakukan transaksi via Instagram dan Shopee. Sehingga lokasi Dinda Baby Shop dapat diterima oleh konsumen.

Tabel 4.26 Interval Lokasi

Interval	Total Rata-rata Lokasi (X3)	Penelitian
4,21 – 5,00	4,63	Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah peneliti.

4. Gambaran Kepuasan Konsumen Dinda Baby Shop

Hasil statistik deskriptif memperoleh nilai sebesar 4,66 yang menunjukkan bahwa tingkat lokasi Dinda Baby Shop adalah sangat tinggi. Artinya faktor variasi produk, harga, dan lokasi Dinda Baby Shop mampu memberikan kepuasan para konsumen. Adanya rasa kepuasan konsumen maka pelanggan yang telah melakukan pembelian di Dinda Baby Shop akan melakukan

pembelian secara berulang apabila membutuhkan perlengkapan bayi, dan pelanggan yang merasa puas akan merekomendasikan Dinda Baby Shop sebagai salah satu toko perlengkapan bayi di kawasan Pandegiling kepada teman dan kerabatnya.

Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan variasi produk, penetapan harga dengan benar, dan penentuan lokasi usaha yang strategis, Dinda Baby Shop dapat dikatakan mampu menciptakan kepuasan yang diperoleh konsumen setelah berbelanja di Dinda Baby Shop.

Tabel 4.27 Interval Kepuasan Konsumen

Interval	Total Rata-rata Kepuasan Konsumen (Y)	Penelitian
4,21 – 5,00	4,66	Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah peneliti.

5. Pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen Dinda Baby Shop

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t pada variabel variasi produk (X1) bahwa hipotesis H1 diterima, sehingga dapat dinyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel variasi produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil uji hipotesis H1 menjelaskan bahwa adanya berbagai pilihan produk dengan variasi ukuran, warna, merek, dan kualitas yang lengkap serta sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas setelah membeli produk yang diinginkan.

Hasil statistik pada nilai Beta (β) pada Tabel 4.21, variabel variasi produk menunjukkan bahwa nilai tersebut besar pengaruhnya pada urutan kedua setelah nilai Beta (β) pada variabel lokasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa variasi produk yang semakin lengkap maka pelanggan akan merasa senang dan puas ketika melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Titik Efnita (2017) dan Suhardi (2020) yang menyatakan bahwa variabel variasi produk terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dalam konteks variasi produk pada penelitian Titik Efnita (2017) bahwa CV. Modelman Padang yang bergerak pada bidang *Wedding Organizer* yaitu memberikan variasi jasa yang ditawarkan dengan memberikan fasilitas yang lebih beragam, serta mempekerjakan desainer profesional dalam pembuatan kostum. Sedangkan penelitian oleh Suhardi (2020), konteks variasi produk pada Ayam Ayam Resto di Klodran, Colomadu, Karanganyar, Jawa Tengah adalah rasa puas yang didapatkan pelanggan adanya berbagai variasi menu yang ditawarkan. Sedangkan pada konteks penelitian ini yang bergerak pada bidang retail perlengkapan bayi adalah adanya variasi produk yang ditawarkan sangat beragam. Sehingga aspek variasi produk pada bidang jasa dan retail terdapat pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen.

6. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Dinda Baby Shop

Pada hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t pada variabel harga (X2) bahwa hipotesis H2 diterima, sehingga dapat dinyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil uji hipotesis H2 menjelaskan bahwa harga yang telah ditetapkan oleh Dinda Baby Shop sesuai dengan produk yang ditawarkan, harga terjangkau sesuai dengan kemampuan beli masyarakat, adanya potongan harga atau diskon, serta tampilan harga yang tertera dengan jelas pada masing-masing produk. Hal tersebut dapat membuat pelanggan merasa senang setelah melakukan pembelian, maka dapat dikatakan bahwa pelanggan merasa puas dengan harga yang ditawarkan oleh Dinda Baby Shop.

Berdasarkan hasil deskriptif responden pada aspek pendapatan, bahwa mayoritas pendapatan pelanggan Dinda Baby Shop adalah sekitar Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000, serta hasil deskriptif responden pada aspek pekerjaan yang mayoritas adalah karyawan swasta dan ibu rumah tangga, sehingga pelanggan lebih sensitif jika melihat harga pada suatu produk. Oleh karena itu adanya harga yang relatif lebih murah dibandingkan toko lain, serta adanya promo dan potongan harga, hal itu dapat membuat pelanggan lebih senang jika berbelanja di Dinda Baby Shop.

Hasil statistik pada nilai Beta (β) pada Tabel 4.21 , variabel harga memiliki besar pengaruhnya pada urutan ketiga setelah nilai Beta (β) pada variabel lokasi dan variabel variasi produk. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberadaan harga yang ditawarkan Dinda Baby Shop terbilang murah, sehingga pelanggan ingin membeli dan merasa puas atas kesesuaian harga produknya.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Khussnul Agestina dan Ika Susilowati (2019), dan penelitian Dwi Perwitasawi W, Karnadi, dan Azimatul Umami (2020) yang menyatakan bahwa variabel harga terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Harga yang dimaksud dalam penelitian Khussnul Agestina dan Ika Susilowati (2019) yaitu adanya harga terjangkau sesuai dengan yang didapatkan. Artinya dalam penelitian ini, peran harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hanna Kebab, bahwa adanya penetapan harga yang murah akan berdampak pada kepuasan konsumen Hanna Kebab begitu juga sebaliknya harga yang mahal akan berdampak pada penurunan rasa kepuasan konsumen. Dalam konteks penelitian Dwi Perwitasawi W, Karnadi, dan Azimatul Umami (2020), hasil menunjukkan bahwa jika konsumen berpersepsi harga pada Swalayan Sinar Harapan meningkat, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat, dan sebaliknya jika konsumen berpersepsi harga menurun, maka kepuasan konsumen juga akan menurun. Sedangkan penelitian ini harga menjadi hal yang sangat dipertimbangkan karena dilihat berdasarkan aspek pendapatan dan status pekerjaan responden pelanggan Dinda Baby Shop. Sehingga aspek harga produk pada bidang makanan dan retail perlengkapan bayi terdapat pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen.

7. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Dinda Baby Shop

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t pada variabel lokasi (X3) bahwa hipotesis H3 diterima, sehingga dapat dinyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel lokasi (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil uji hipotesis H3 menjelaskan bahwa pemilihan lokasi usaha Dinda Baby Shop yang terbilang sangat strategis, mudah ditemui dan diakses oleh pelanggan, berada disekitar pemukiman warga, berlokasi di pusat kota Surabaya, serta menyediakan fasilitas parkir yang luas. Hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen karena pelanggan yang telah berbelanja merasa puas adanya pemilihan lokasi usaha Dinda Baby Shop.

Berdasarkan hasil deskriptif responden domisili tempat tinggal, pelanggan Dinda Baby Shop mayoritas bertempat tinggal di Surabaya Pusat. Artinya rata-rata responden memiliki lokasi yang dekat, hal itu membuat pelanggan datang di Dinda Baby Shop karena lokasinya strategis dan mudah di akses. Dalam penelitian ini lokasi memiliki nilai penting terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata tempat tinggal para responden dekat dengan lokasi Dinda Baby Shop di Jl. Pandegiling No.143 Surabaya.

Hasil statistik pada nilai Beta (β) pada Tabel 4.21, variabel lokasi memiliki nilai yang paling besar pengaruhnya dari nilai Beta (β) pada variabel variasi produk dan variabel harga. Hal tersebut menunjukkan bahwa lokasi usaha Dinda Baby Shop sangat strategis dan mudah dijangkau, sehingga pelanggan yang datang mudah mencari lokasi Dinda Baby Shop. Artinya pelanggan melihat aspek lokasi sebagai variabel yang dipertimbangkan dalam kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Suhardi (2020) dan Titik Efnita (2017) yang menyatakan bahwa variabel lokasi secara positif berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Lokasi yang dimaksud dalam penelitian Suhardi (2020) adalah lokasi usaha Restoran Ayam Ayam Resto Klodran Colomadu Karanganyar Jawa Tengah yang terbilang mudah strategis dan mudah diakses oleh pelanggan akan berdampak pada kepuasan pelanggan karena pelanggan tidak kesulitan saat mencari lokasi restoran tersebut. Dalam konteks penelitian Titik Efnita (2017) lokasi yang dimaksud adalah letak usaha CV. Modelman lebih dipromosikan lagi melalui media agar klien mudah mengetahui dan mencari lokasi usaha CV. Modelman Padang. Sedangkan dalam konteks penelitian ini hasil dari statistik deskriptif responden bahwa rata-rata tempat tinggal pelanggan dekat dengan lokasi Dinda Baby Shop. Sehingga aspek lokasi pada bidang makanan dan retail perlengkapan bayi terdapat pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen.

8. Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Dinda Baby Shop

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F pada variabel variasi produk (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) dapat dijelaskan bahwa bahwa hipotesis H4 diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel variasi produk (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Dalam uji koefisien korelasi, nilai R sebesar 0,880 dimana mendekati angka 1 yang artinya variabel bebas mampu menjelaskan variable terikat. Sementara nilai koefisien determinasi (R_{Square}) sebesar 0,774 dengan nilai persentase 77,4% , artinya bahwa sumbangan pengaruh variabel variasi produk (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 77,4 % dengan interval koefisien (60,0 % – 79,99 %) yang dikategorikan berpengaruh kuat, sementara sisanya sebesar 22,6 % dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, bahwa variasi produk, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Dinda Baby Shop. Hal ini disebabkan karena variasi produk yang disediakan Dinda Baby Shop mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, hal ini dapat terlihat pada semua butir-butir pernyataan pernyataan variabel variasi produk dengan nilai total rata-rata 4,70 dengan interval (4,21 – 5,00) yang termasuk kategori sangat tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa penilaian responden terhadap variasi produk Dinda Baby Shop sudah tergolong sangat baik.

Semua butir-butir pernyataan pada variabel harga dengan nilai total rata-rata 4,53 dengan interval (4,21 – 5,00) yang termasuk kategori sangat tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa penilaian responden terhadap harga yang telah ditetapkan oleh Dinda Baby Shop sudah tergolong sangat baik.

Semua butir-butir pernyataan pada variabel lokasi dengan nilai total rata-rata 4,63 dengan interval (4,21 – 5,00) yang termasuk kategori sangat tinggi.

Maka dapat disimpulkan bahwa penilaian responden terhadap pemilihan lokasi usaha Dinda Baby Shop sudah tergolong sangat baik.

Pada variabel kepuasan konsumen semua butir-butir pernyataan memperoleh nilai total rata-rata 4,66 dengan interval (4,21 – 5,00) yang termasuk kategori sangat tinggi. Maka dapat disimpulkan konsumen merasa puas setelah melakukan pembelian di Dinda Baby Shop, serta Dinda Baby Shop mampu menciptakan kepuasan konsumen.

