

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Gambaran Objek Penelitian Toko UD Sukron Tulungagung**

###### **a. Profil perusahaan**

Usaha Toko UD Sukron Tulungagung merupakan perusahaan produksi kecil yang bergerak dibidang produksi beras . Pada mulanya usaha ini didirikan oleh Bapak Imam Makrus yang keadaannya masih sangat sederhana, yang berlokasi dijalan Dusun Manding,Desa Betak Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung yang pada awalnya daerah pemasarannya masih berkisar disekitar lingkungan Toko. Ketika melihat peluang pasar di sektor produksi kecil , khususnya produksi beras pada masa yang akan datang mempunyai prospek yang baik, hal tersebut menjadikan Bapak Imam Makrus tertarik untuk menggeluti bidang produksi dan jual beli beras. Sampai saat ini jumlah karyawan yang dimiliki oleh usaha UD.Sukron Tulungagung , Kurang Lebih 10 orang karyawan yang dibagi menjadi beberapa bagian.

###### **b. Lokasi Perusahaan**

Lokasi Toko UD Sukron Tulungagung, Dusun Manding, Desa Betak Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung. Pemilihan lokasi perusahaan ini sangat menentukan cepat atau lambatnya perkembangan perusahaan. Adapun pertimbangan pemilihan lokasi perusahaan berdasarkan sebagai berikut:

1) Faktor Primer<sup>111</sup>

a. Tenaga Kerja

Tersedianya tenaga kerja yang cukup merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan lokasi perusahaan. Di sekitar lokasi perusahaan merupakan daerah padat penduduk, sehingga perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam mendapatkan tenaga kerja.

b. Pasar

Pasar merupakan lahan untuk memasarkan produksi, selain memasarkan produk dan sebagai sumber informasi mengenai hasil produksi dari konsumen.

c. Transportasi

Hubungan antara perusahaan, karyawan dan konsumen akan terjalin dengan baik, apabila didukung dengan sarana transportasi yang mudah. Lokasi perusahaan berada di Tulungagung bagian

---

<sup>111</sup> Amir ,Dinamika Pemasaran...,hal.167

Pusat ,sehingga memudahkan konsumen untuk menjangkaunya dengan berbagai sarana transportasi.

d. Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan perusahaan, untuk produksi adalah padi yang diambil dari petani daerah Tulungagung, sehingga untuk mendapatkannya tidak ada kesulitan.

2. Faktor Sekunder<sup>112</sup>

a. Energi

Energi adalah tenaga untuk menggerakkan mesin yang berasal dari luar tenaga manusia misalnya mesin Pengilingan Padi dan Pengopen Padi .

b. Masyarakat

Kondisi masyarakat disekitar perusahaan dapat menerima keberadaan perusahaan merupakan faktor yang perlu juga diperhitungkan, sebab apabila masyarakat tidak dapat menerima keberadaan perusahaan akan menghambat kegiatannya.

c. Produk-Produk dan Harga di Toko UD.Sukron Tulungagung.

Macam-macam produk di Toko UD Sukron Tulungagung dapat dilihat pada gambar berikut;

---

<sup>112</sup> Ibid ...,hal 71-72

**Tabel 4.1****Produk UD.Sukron Tulungagung**

No	Jenis Produk	Harga			
		25 kg	10 kg	5 kg	3 kg
1.	Beras Mangga SJ	220.000	89.000	46.000	28.000
2.	Beras Gunung Cilik	227.000	96.000	53.000	35.000

Sumber : Dokumen Perusahaan Toko UD.Sukron Tulungagung

## d. Struktur organisai

Pemimpin : IMAM MAKRUS

Karyawan

Penjemur padi : 1. Pak Sur 2. Dimun

Pengilingagan padi : 1. Mbah No 2. Pak Rom

Pengemasan : 1. Agus 2. Fuad kurniawan

Distribusi : 1.Riza 2.Sukron

Penjaga toko : 1. Prayetno 2. Nur miftah

Dokumen Perusahaan Toko UD.Sukron Tulungagung

## e. Personalia dan Hubungan Perburuhan

## 1. Jumlah karyawan dan kualitasnya

Tenaga kerja merupakan unsur yang sangat penting bagi semua perusahaan, karena fungsi tenaga kerja merupakan

penentu keberhasilan perusahaan di Toko UD Sukron Tulungagung. Sampai saat ini perusahaan mempunyai kurang lebih 10 pekerja, dimana dari jumlah tersebut terbagi 2 Penjemur padi , 2 penggilingan padi, 2 pengemasan , 2 pendistribusian, dan 2 penjaga toko.

## 2. Jam Kerja Karyawan

Perusahaan menetapkan jam kerja karyawan setiap harinya selama 8 jam . Pada umumnya jam kerja dimulai pukul 07.30 WIB sampai dengan pukul 15.30 WIB, kemudia istirahat mulai pukul 12.00 WIB sampai dengan pukul 13.00 WIB, kecuali hari jumat istirahat hingga pukul 11.30 WIB sampai pukul 13.00 wib.

## 3. Kompensasi

Kompensasi dirumuskan sebagai balas jasa yang memadai dan layak diberikan kepada personalia untuk mencapai tujuan. Kompensasi atau upah yang ditetapkan diperusahaan mengacu pada standart yang disesuaikan UMK, sesuai dengan pengalaman, jenis pekerjaan, dan ketrampilan tenaga kerja yang bersangkutan.

#### 4. Tunjangan

Untuk memotivasi karyawan perusahaan memberikan beberapa fasilitas antara lain; Memberikan tunjangan pada hari-hari tertentu, misalnya Hari Idul Fitri.

#### f. Distribusi

Hasil dari produksi beras ini didistribusikan ke para distributor yang telah bekerjasama dengan UD Sukron. Distributor berperan penting dalam proses pendistribusian, semakin banyak distributor secara langsung akan meningkatkan jumlah produksi Beras serta penjualannya juga akan meningkat.

### **B. Profil Responden**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen UD Sukron Tulungagung. Adapun jumlah sampel yang ditentukan adalah sebanyak 100 konsumen dengan teknik *simple random sampling*. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti.

### **C. Deskripsi Responden**

Untuk mendapatkan data mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di UD Sukron Tulungagung. Penyebaran koesioner ditujukan kepada responden yang menjadi konsumen pada UD sukron Tulungagung. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.2**  
**Jenis kelamin Responden**

Jenis kelamin	Banyaknya responden	Presentase
Laki laki	43	43 %
Perempuan	67	67%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: data primer yang telah diolah, 2018

Tabel 4.2 menunjukkan mayoritas konsumen di UD Sukron Tulungagung berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 67 Atau 67% dan responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 43 atau 43%. Jadi dapat disimpulkan yang banyak membeli Beras Di Toko UD.Sukron Yaitu Perempuan .Diskripsi responden berdasarkan Usia

**Table 4.3**  
**Usia Responden**

Usia	Jumlah	Persentase (%)
< 20 tahun	0	0%
20-30 tahun	30	30 %
31-40 tahun	46	46 %
>40 tahun	24	24 %
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: data primer yang telah diolah, 2018

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa 100 responden yang pernah membeli produk di UD Sukron terdiri dari 30 orang atau 30 %

adalah responden berusia 20-30 tahun ,46 orang atau 46 % adalah responden berusia 31-40 tahun dan 24 atau 24% adalah responden berusia 40 tahun keatas . Deskripsi Responden Berdasarkan pendidikan.

**Tabel 4.4**  
**Tingkat Pendidikan Responden**

<b>Tingkat Pendidikan</b>	<b>Banyaknya responden</b>	<b>Presentase</b>
SD	20	20 %
SMP	25	25 %
SMA	40	40 %
S1	15	15 %
S2	0	0 %
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: data primer yang telah diolah, 2018

Dari tabel diatas diketahui bahwa 100 responden yang pernah membeli produk di UD sukron Tulungagung terdiri dari 20 orang atau 20% adalah responden yang memiliki latar belakang pendidikan tamat SD , 25 orang atau 25 % adalah responden yang memiliki latar belakang pendidikan tamat SMP ,40 Orang atau 40 % adalah responden yang memiliki latar belakang pendidikan Tamat SMA dan 15 orang atau 15 % adalah memiliki latar belakang pendidikan Tamat S1.

#### D. Deskripsi Variabel

Dari angket yang telah peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri dari 18 pernyataan dan dibagi 4 kategori yaitu:

1. 5 soal digunakan untuk mengetahui Pelayanan UD.Sukron Tulungagung yang diukur dari variabel kualitas pelayanan (X1).
2. 5 soal digunakan untuk mengetahui produk yang dihasilkan dari UD.Sukron Tulungagung yang diukur dari variabel kualitas pelayanan (X2).
3. 4 soal digunakan untuk mengetahui Harga yang ada Di UD.Sukron Tulungagung yang diukur dari variabel (X3).
4. 3 soal digunakan untuk mengetahui kepuasan yang diukur dari variabel kepuasan konsumen (Y).

Sedangkan hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden sebagaimana dipaparkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.5**

#### **Kualitas Pelayanan (X1)**

No	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentasi
1.	Sangat setuju	5	130	26 %
2.	Setuju	4	220	44 %
3.	Netral /Ragu ragu	3	137	27,4 %
4.	Tidak setuju	2	13	2,6 %
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0 %
<b>Total</b>			<b>500</b>	<b>100 %</b>

Sumber: data primer yang telah diolah, 2018

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa 130 jawaban atau 26 % menyatakan sangat setuju, 220 jawaban atau 44% menyatakan setuju, 137 jawaban atau 27 % menyatakan netral, 13 jawaban atau 2,6 % menyatakan tidak setuju dan 0 jawaban atau 0 % menyatakan sangat tidak setuju terhadap pernyataan pada variabel Kualitas pelayanan yang disebutkan dalam kuesioner.

**Tabel 4.6**  
**Kualitas Produk (X2)**

No	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentasi
1.	Sangat setuju	5	81	16,2 %
2.	Setuju	4	297	59,4 %
3.	Netral /Ragu-ragu	3	119	23,8 %
4.	Tidak setuju	2	3	0,6 %
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0 %
<b>Total</b>			<b>500</b>	<b>100 %</b>

Sumber: data primer yang telah diolah, 2018

dapat diketahui bahwa 81 jawaban atau 16,2 % menyatakan sangat setuju, 297 jawaban atau 59,4 % menyatakan setuju, 119 jawaban atau 23,8 % menyatakan netral, 3 jawaban atau 0,6 % menyatakan tidak setuju dan 0 jawaban atau 0 % menyatakan sangat tidak setuju terhadap pernyataan pada variabel Kualitas Produk yang disebutkan dalam kuesioner.

**Dari Table 4.7****Harga (X3)**

No	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentasi
1.	Sangat Setuju	5	82	20,5 %
2.	Setuju	4	202	50,5 %
3.	Netral/Ragu-Ragu	3	107	26,75 %
4.	Tidak Setuju	2	8	2 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	2	0,25 %
<b>Total</b>			<b>400</b>	<b>100 %</b>

Sumber: data primer yang telah diolah, 2018

dapat diketahui bahwa 82 jawaban atau 20,5 % menyatakan sangat setuju, 202 jawaban atau 50,5 % menyatakan setuju, 107 jawaban atau 26,75 % menyatakan netral, 8 jawaban atau 2 % menyatakan tidak setuju dan 2 jawaban atau 0,25 % menyatakan sangat tidak setuju terhadap pernyataan pada variabel Harga yang disebutkan dalam kuesioner.

**Tabel 4.8****Kepuasan Konsumen (Y)**

No	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentasi
1.	Sangat Setuju	5	62	20,5 %
2.	Setuju	4	119	39,6 %
3.	Netral/Ragu-Ragu	3	100	33,3 %
4.	Tidak Setuju	2	18	6,3 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1	0,3 %
<b>Total</b>			<b>300</b>	<b>100 %</b>

Sumber: data primer yang telah diolah, 2018

dapat diketahui bahwa 62 jawaban atau 20,5 % menyatakan sangat setuju, 119 jawaban atau 39,6 % menyatakan setuju, 100 jawaban atau 33,3 % menyatakan netral, 18 % jawaban atau 6,3 % menyatakan tidak setuju dan 1 jawaban atau 0,3 % menyatakan sangat tidak setuju terhadap pernyataan pada variabel kepuasan konsumen yang disebutkan dalam kuesioner.

## **E. Pengujian Data**

### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **a. Uji Validitas**

Untuk mengetahui tingkat validitas dapat dilihat dari Corrected Item Total Correlation yang merupakan korelasi antara skor item dengan skor total item (nilai  $r$  hitung) dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel. Jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel atau  $r$  hitung > nilai  $r$  tabel maka item tersebut dikatakan valid. Dalam penelitian ini jumlah responden sebesar 100 responden. Dari jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya  $r_{\text{tabel}}$  adalah 0,1966 ( $df = n-2 = 100-2 = 98$ ). Jadi butir-butir kuesioner tersebut dinyatakan valid apabila nilai  $r_{\text{hitung}}$  pada *Correct Item-Total Correlation* lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  yaitu sebesar 0,1966.

Berikut adalah hasil dari uji validitas pada kuesioner yang disebarkan pada konsumen UD Sukron Tulungagung:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>Item</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Kualitas pelayanan(X1)	X1.1	0,618	0,1966	Valid
	X1.2	0,618	0,1966	Valid
	X1.3	0,637	0,1966	Valid
	X1.4	0,701	0,1966	Valid
	X1.5	0,746	0,1966	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,648	0,1966	Valid
	X2.2	0,765	0,1966	Valid
	X2.3	0,778	0,1966	Valid
	X2.4	0,771	0,1966	Valid
	X2.5	0,674	0,1966	Valid
Harga (X3)	X3.1	0,699	0,1966	Valid
	X3.2	0,732	0,1966	Valid
	X3.3	0,829	0,1966	Valid
	X3.4	0,739	0,1966	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1.1	0,787	0,1966	Valid
	Y1.2	0,767	0,1966	Valid
	Y1.3	0,800	0,1966	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Dat SPSS 16.0, 2018.

Berdasarkan tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa seluruh item

pernyataan mulai dari variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), harga ( $X_3$ ) kepuasan konsumen ( $Y$ ), valid. Hal ini diketahui dari jumlah  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel.

#### b. Uji Reliabilitas

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Alpha	Jumlah Pernyataan	Keterangan
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	0,767	5	Reliabel
Kualitas produk ( $X_2$ )	0,787	5	Reliabel
Harga ( $X_3$ )	0,799	4	Reliabel
Kepuasan Konsumen ( $Y$ )	0,819	3	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0, 2018.

Berdasarkan table 4.10 *Reliability Statistics* di atas, nilai *Cronbach's Alpha* variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,767 yang berarti dimensi faktor kualitas pelayanan ( $X_1$ ) adalah reliable, Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

Nilai *Cronbach's Alpha* kualitas produk ( $X_2$ ) sebesar 0,787 yang berarti dimensi faktor kualitas produk ( $X_2$ ) adalah reliable, Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang

berarti bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya..

Nilai Cronbach's Alpha harga ( $X_3$ ) sebesar 0,799 yang berarti dimensi faktor harga ( $X_3$ ) adalah reliable, Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya..

Nilai *Cronbach's Alpha* kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,819 yang berarti dimensi faktor kepuasankonsumen (Y) adalah reliable, Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

## **2. Uji Asumsi Klasik**

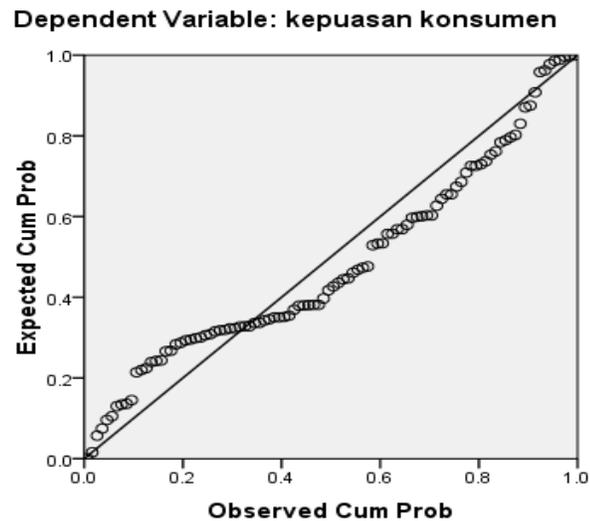
### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas mempunyai tujuan apakah dalam model regresi variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) mempunyai kontribusi atau tidak. Terdapat dua cara dalam uji normalitas untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Sedangkan uji normalitas data dengan *Kolmogorov-Smirnov*, asumsi data dikatakan

normal jika variabel memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05. Uji normalitas data dengan menggunakan pengolahan SPSS 16, menghasilkan grafik sebagai berikut:

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Normalitas Secara Grafik Kurva Normal P-Plot**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



Dari hasil analisis data pada gambar 4.1 diatas disimpulkan bahwa dai kurva normal *p-plot* terlihat titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya tidak terlalu jauh atau melebar. Kurva ini berarti menunjukkan model regresi memenuhi asumsi normalitas dan model regresi layak untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel bebas (Kualitas pelayanan, Kualitas Produk dan harga terhadap

kepuasan konsumen ). Sedangkan untuk menguji normalitas data dengan statistik digunakan uji *Kolmogorov smirnov* sebagai berikut

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji Normalitas Secara Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.54912729
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.106
	Negative	-.111
Kolmogorov-Smirnov Z		1.106
Asymp. Sig. (2-tailed)		.173

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 16.0, 2018.

Dari tabel 4.11 uji normalitas dengan *Kolmogorov-smirnov* diatas dapat diketahui bahwa nilai *Kolmogorov-smirnov* 0,1.106 serta dapat diketahui bahwa nilai *unstandardized* residual memiliki nilai asymp. Sig (2-tailed) 0,173 yang artinya lebih besar dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel terdistribusi dengan normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas merupakan salah satu bentuk penyimpangan asumsi klasik yang berupa hubungan korelasi bebrapa/semua variabel independennya. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Dimana dapat dideteksi dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Hasil pengujian multikolinearitas dengan bantuan SPSS 16 dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

		Coefficients <sup>a</sup>	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	kualitas pelayanan	.886	1.129
	kualitas produk	.987	1.013
	Harga	.877	1.140

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0, 2018.

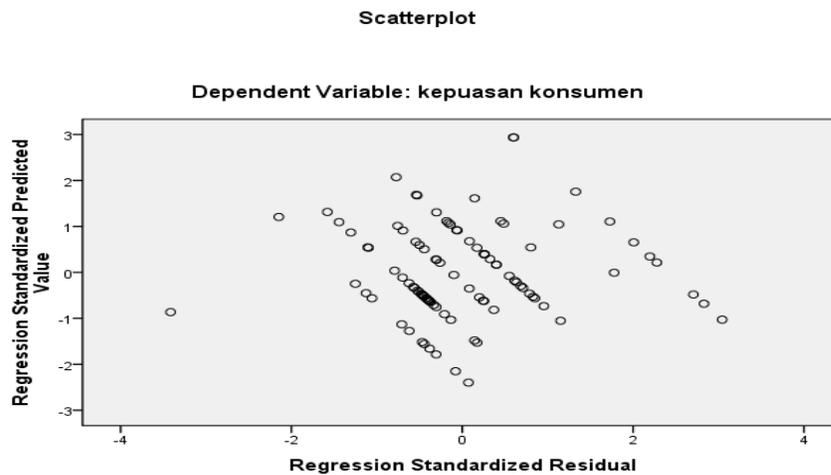
Berdasarkan pada tabel 4.12 diatas, diketahui bahwa nilai VIF  $X_1$  (kualitas pelayanan) sebesar 1,129,  $X_2$  (kualitas produk) sebesar 1,013 dan  $X_3$  (harga) sebesar 1,1.140. Dengan demikian ketiga variabel diatas terbebas dari

masalah multikolinieritas dikarenakan VIF pada ketiga variabel tersebut kurang dari 10.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu secara grafik dan secara statistik. Hasil pengolahan data *scatterplot* dapat dilihat pada gambar berikut:

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0, 2018.

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbatas dari asumsi heteroskedastisitas dikarenakan titik-titik data tidak berpola dan menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis ini bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh dua variabel dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.729	1.845		.937	.351
	kualitas pelayanan	.138	.063	.202	2.197	.030
	kualitas produk	.079	.068	.101	1.159	.249
	Harga	.344	.079	.405	4.382	.000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 16.0, 2018.

Berdasarkan hasil tabel 4.13 di atas, maka dapat dikembangkan sebuah persamaan regresi :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 1.729 + 0,138X_1 + 0,079X_2 + 0,344X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar 1.729 menunjukkan bahwa jika nilai variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga menaik (karena tanda positif) dengan satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 1.729 satu satuan.
- b. Koefisien regresi  $X_1$  (kualitas pelayanan) sebesar 0,138 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) dengan satu satuan maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,138 satuan.
- c. Koefisien regresi  $X_2$  (kualitas produk) sebesar 0,079 menyatakan bahwa setiap penurunan (karena tanda negatif) dengan satu satuan maka kepuasan konsumen (Y) akan menurun sebesar 0,079 satuan.
- d. Koefisien regresi  $X_3$  (harga) sebesar 0,344 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) dengan satu satuan maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,344 satuan.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji T (Parsial)

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Untuk menentukan  $t_{tabel}$  dengan rumus  $df = n$  (jumlah sampel) –  $k$  (jumlah variabel independen) – 1 =  $100 - 2 - 1 = 97$  dan  $\alpha = 5\%$  jadi dapat diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,984. Berikut adalah hasil hipotesis dalam pengujian:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji T**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.729	1.845		.937	.351
	kualitas pelayanan	.138	.063	.202	2.197	.030
	kualitas produk	.079	.068	.101	1.159	.249
	Harga	.344	.079	.405	4.382	.000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0, 2018.

a. Pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ )

$H_0$  = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

$H_1$  = Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan analisis regresi secara parsial didapatkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2.197 > 1,984$  dan sig.  $0,030 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan terima  $H_1$ .

Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

b. Pengaruh kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ )

$H_0$  = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

$H_1$  = Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan analisis regresi secara parsial didapatkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $1.159 < 1,984$  dan  $sig. 0,249 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

c. Pengaruh harga ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y)

$H_0$  = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen

$H_1$  = Ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan analisis regresi secara parsial didapatkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4.832 > 1,984$  dan  $sig. 0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan terima  $H_1$ . Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

Jadi berdasarkan uji t diatas dapat diambil kesimpulan bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### b. Uji F (Simultan)

Uji F untuk mengukur apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Uji F digunakan untuk mengetahui semua pengaruh variabel independen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05 atau 5%. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel ANOVA berikut:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	93.010	3	31.003	12.528	.000 <sup>a</sup>
	Residual	237.580	96	2.475		
	Total	330.590	99			

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0, 2018.

$H_0$  = artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama

$H_1$  = artinya terdapat pengaruh yang signifikan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Kriteria pengambilan :

$H_0$  diterima, apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$ .  $H_1$  diterima, apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$ .

Dari uji *Anova* atau F test didapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 12.528 yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2,699 (hasil dari  $df_1 = k-1$ ,  $df_2 = n-k$  maka hasilnya  $df_1 = 4-1 = 3$ ,  $df_2 = 100-4 = 96$ ) dan signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikansi atau  $\alpha = 5\%$ )

Sehingga berdasarkan penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak terima  $H_1$ . Karena  $F_{hitung}$  yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $12.528 > 2,699$ ) atau signifikansi F yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  atau dengan kata lain ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen secara bersama-sama.

##### **5. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi menunjukkan ragam naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X. Nilai  $R^2$  yang kecil/ mendekati nol berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas atau kecil. Nilai  $R^2$  yang besar mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Untuk mengetahui determinasi variabel yang diteliti dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Analisis Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.530 <sup>a</sup>	.281	.259	1.573	1.756

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0, 2018.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pada kolom *Adjusted R square* adalah 0,259 artinya 25,9% variabel terikat kepuasan konsumen (Y) dijelaskan oleh variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga. Dan sisanya sebesar 74,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan. Jadi, sebagian besar variabel terikat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model.