

BAB V

PEMBAHASAN

Setelah penelitian melakukan penelitian langsung dengan menyebar angket yang diajukan kepada konsumen Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung, kemudian peneliti mengolah data hasil jawaban angket yang telah diisi oleh responden. Dalam pengolahan data hasil jawaban angket tersebut peneliti menggunakan aplikasi *SPSS 16.0*, maka tujuan yang akan dikemukakan oleh peneliti adalah menjelaskan :

A. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,795 > 2,003$ dan $sig\ 0,007 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan terima H_1 , koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari α (5%). Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar Tulungagung.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Sarini Kodul, dengan judul “Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza tahun 2013”.

Dari fakta penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan faktor yang tidak terpisah oleh kepuasan konsumen anggota koperasi mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung, karena besar kecilnya nilai signifikan harga akan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya kepuasan konsumen.

Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya suatu produk atau jasa yang ditawarkan.¹ Harga adalah sejumlah nilai (dalam bentuk mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa. Hasil dari penelitian ini harga merupakan salah satu faktor penentu kepuasan konsumen, jadi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu konsumen pasti memperhitungkan mengenai harga yang ditawarkan apakah sesuai dengan kualitas produk yang disediakan dan kualitas pelayanan yang telah diberikan.

Berdasarkan hasil penelitian, harga memiliki pengaruh karena dengan harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang disediakan dan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan senang untuk kembali membeli makanan di Koperasi mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung sehingga akan meningkatkan kepuasan bagi konsumen untuk datang kembali.

¹ Kasmir, *Kewirausahaan*.(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008).hlm,175.

B. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,234 > 2,003$ dan $sig\ 0,029 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari α (5%). Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung.

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung, berarti selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Christian Lasander, dengan judul jurnal Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional.

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat. Sedangkan menurut Lupiyoadi, menyatakan bahwa “Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas”.²

²Lupiyoadi, Rambat. *Pemasaran Jasa*. (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2001), hlm, 158

Berdasarkan hasil penelitian ini, kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan, ketika kualitas produk yang dijual sudah sesuai dengan apa yang diinginkan, maka konsumen akan merasa puas dan senang untuk menikmati produk yang dijual di koperasi mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung, sehingga akan meningkatkan kepuasan bagi konsumen untuk datang kembali. Untuk itu kualitas produk makanan yang dijual merupakan faktor yang perlu diperhatikan, karena keanekaragaman produk merupakan penentu laku tidaknya makanan yang berdampak kepada kepuasan konsumen.

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,561 > 2,003$ dan $sig\ 0,013 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari α (5%). Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung.

Dari penelitian yang saya lakukan pada konsumen Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan

cepat dan tanggap dalam menangani kebutuhan dan keinginan konsumen, serta para karyawan yang ramah dan sopan terhadap konsumen.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Eswika Nilasari & Istiatin, dengan judul jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo.

Dari fakta penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang tidak terpisah oleh kepuasan konsumen Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung, karena besar kecilnya nilai signifikan kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya kepuasan konsumen.

Umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan memberikan rasa nyaman konsumen untuk menggunakan suatu produk.

Berdasarkan hasil penelitian ini, kualitas pelayanan memiliki pengaruh besar dalam kepuasan konsumen, karena dengan kualitas pelayanan yang baik, bagus kepada konsumen dapat memberikan nilai yang maksimal dan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, sehingga akan meningkatkan jumlah konsumen untuk datang kembali.

D. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung

Dari hasil uji F yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa ada pengaruh secara simultan antara harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada anggota Koperasi Mahasiswa IAIN Tulungagung. Hal ini ditunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 20,591 dan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (dengan menggunakan taraf signifikansi atau $\alpha = 0,05$). Sementara F_{hitung} sebesar 20,591 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,77.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ririn Sumawati, dengan judul jurnal Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.

Dalam menciptakan kepuasan konsumen, maka penting bagi pemasar untuk mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasa konsumen yaitu: kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, emosional, biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk.³

³ Handi Irawan D. *Sepuluh Prinsip Keputusan Pelanggan*. Cetakan pertama. (Jakarta: Elexmedia Komputindo,2002)hlm,37.

Dalam penelitian ini menggunakan faktor harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dapat dilihat secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung.