

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Umum Anugrah Mart

Anugrah Mart merupakan perusahaan swasta yang bergerak dalam bisnis retail yang ada di kabupaten Kediri bagian selatan. Anugrah Mart didirikan pada tanggal 24 Mei 2010. Pada awalnya retail ini hanya menjual beberapa produk, namun dengan kerja keras pihak pengelola maka semakin lama semakin berkembang hingga menjadi minimarket sampai saat ini.

Anugrah Mart berlokasi di Jl. Majapahit No. 36, tepatnya di desa Jabang Kecamatan Kras Kabupaten Kediri. Lokasi ini cukup strategis, karena selain dekat dengan pemukiman penduduk juga dekat dengan rumah sakit, sekolahan, toko - toko retail dan minimarket sejenis yang lokasinya persis hampir bersebelahan

Langkah awal yang dilakukan pihak pengelola untuk mengembangkan usaha yang telah ada yaitu dengan menambah sarana dan prasarana yang dibutuhkan dengan menerapkan sistem dan prosedur yang sesuai dengan perkembangan bentuk usaha yang telah didirikannya. Dalam membenahi bisnisnya, pengelola Anugrah Mart banyak memperoleh masukan demi berkembangnya bisnis retailnya ini. Hal ini kemudian mempengaruhi pemikiran, visi, misi, pola dan cara kerja

operasionalisasi Anugrah Mart. Hal ini juga dapat dilihat dari penampilan karyawatnya yang semakin lama semakin mengharuskan memakai jilbab serta penerapan kewajiban sholat.

Anugrah Mart telah mampu bertahan dan melayani dengan menyediakan barang kebutuhan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari secara terus-menerus. Segmen pasar Anugrah Mart mencakup semua kelas ekonomi, sebab Anugrah Mart menjual berbagai kebutuhan sehari-hari dengan harga yang bersaing.

2. Visi dan Misi Anugrah Mart

Visi :

Visi Anugrah Mart adalah ingin menjadikan Anugrah Mart sebagai ritel bisnis yang berdaya saing global dengan tetap menjunjung tinggi ajaran dan syariat Islam dalam penerapan operasional bisnisnya.

Misi:

1. Mengembangkan pelayanan yang responsive, ramah, menjaga kebersihan, peduli, tanggap terhadap saran dan keluhan konsumen.
2. Meningkatkan etos kerja secara optimal melalui penguatan dedikasi, disiplin dan kemampuan kerja, tanggap terhadap aspirasi karyawan. Anjuran sholat lima waktu, menutup aurat (berjilbab).
3. Menerapkan bisnis syariah dalam operasional penjualan, seperti menjual produk - produk halal dan menjaga kualitas produknya.
4. Menerapkan harga yang pasti dan terjangkau

3. Kegiatan Usaha Anugrah Mart :

- a. Menyediakan barang kebutuhan sehari – hari.
- b. Menyediakan jasa pembayaran listrik, angsuran kendaraan/*all payment*, transfer uang, BPJS, PDAM, Tarik Tunai, Uang Elektronik.
- c. Menjual barang-barang kebutuhan sehari - hari yang lengkap serta berkualitas dan harga yang terjangkau bagi masyarakat.
- d. Pelayanan yang baik kepada konsumen maupun pelanggan.

4. Daftar Perbandingan Harga

Setelah melakukan survei, berikut akan dilampirkan berbagai produk dan harga untuk barang yang sering dibeli pelanggan di Anugrah Mart dan perbandingan di ritel lainnya. Berikut daftarnya :

Tabel 4.1

Daftar Perbandingan Harga

Nama Barang	Anugrah Mart		Ritel Lain	
Pepsodent White 75 gr	Rp	3.500	Rp	4.000
Pepsodent White 120 gr	Rp	5.550	Rp	6.000
Nuvo RF 70 gr	Rp	1.800	Rp	2.300
Claudia Soap 70 gr	Rp	1.300	Rp	1.500
Bedak Marcks RF	Rp	14.300	Rp	14.300
Bimoli SPC 2L RF	Rp	24.000	Rp	24.600
Soklin Softener 320 gr	Rp	4.400	Rp	5.000
H&S Shampoo @6	Rp	2.500	Rp	3.000
Sunlight cream 350 gr	Rp	5.600	Rp	6.000
Beras Koi Hijau 5 kg	Rp	52.500	Rp	53.000
Beras Lahap 5 kg	Rp	53.500	Rp	54.000
Kecap Sedap RF 70 ml	Rp	1.800	Rp	2.000

Teh Kotak	Rp 3.000	Rp 3.000
Teh Pucuk 350 ml	Rp 2.500	Rp 3.000

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Dari data di atas dapat dilihat harga barang di Anugrah Mart lebih murah daripada di ritel lainnya. Meskipun ada beberapa produk yang memiliki harga yang sama, seperti bedak marcks RF dan teh kotak.

B. Karakteristik Responden

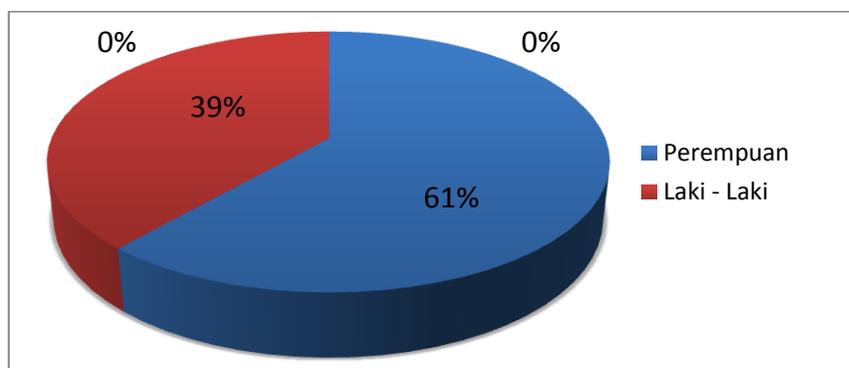
Responden dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan Anugrah Mart Kediri yang berbelanja sebanyak 3 kali atau lebih dalam minimal waktu 1 bulan. Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu peneliti akan menjelaskan data-data responden yang digunakan sebagai sampel, adapun sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden pada Anugrah Mart Kediri adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1

Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



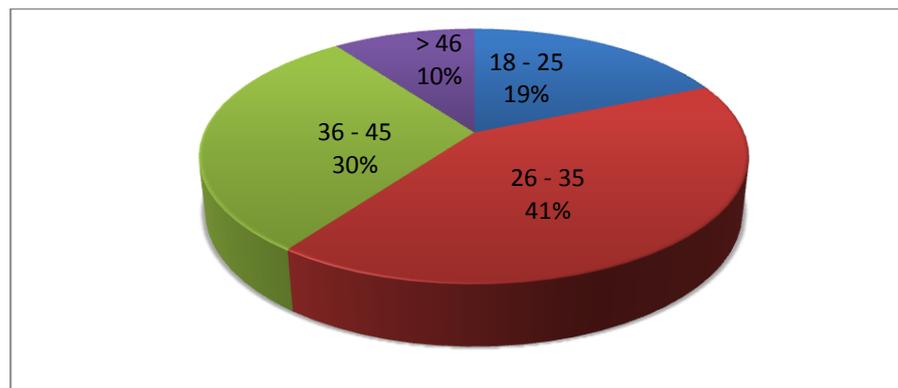
Sumber: data primer yang diolah, 2019

Dari diagram di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki adalah 27 responden dengan jumlah persentase 39% dan responden perempuan berjumlah 43 responden dengan jumlah persentase sebanyak 61%.

2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden pada responden pada Anugrah Mart Kediri adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Usia



Sumber: data primer yang diolah, 2019

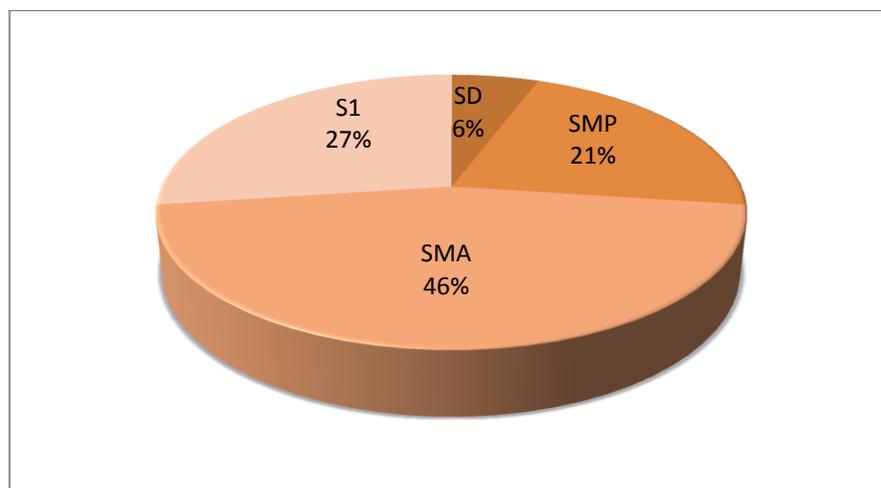
Berdasarkan diagram di atas dapat diketahui bahwa umur responden kebanyakan pada kategori umur 26 – 35 tahun dengan jumlah persentase 41.4%. jumlah terbanyak kedua adalah kategori umur 36 - 45 tahun dengan jumlah persentase 30%, kemudian diikuti dengan dengan kategori umur 18-25 tahun dengan persentase 18.6%, dan yang terakhir adalah kategori umur > 46 tahun dengan persentase 10%.

3. Pendidikan Terakhir Responden

Tingkat pendidikan dapat menunjukkan tingkat pengetahuan responden. Dari jawaban kuesioner yang telah didapatkan, jawaban responden terkait pendidikan terakhir mereka adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3

Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan



Sumber: data primer yang diolah, 2019

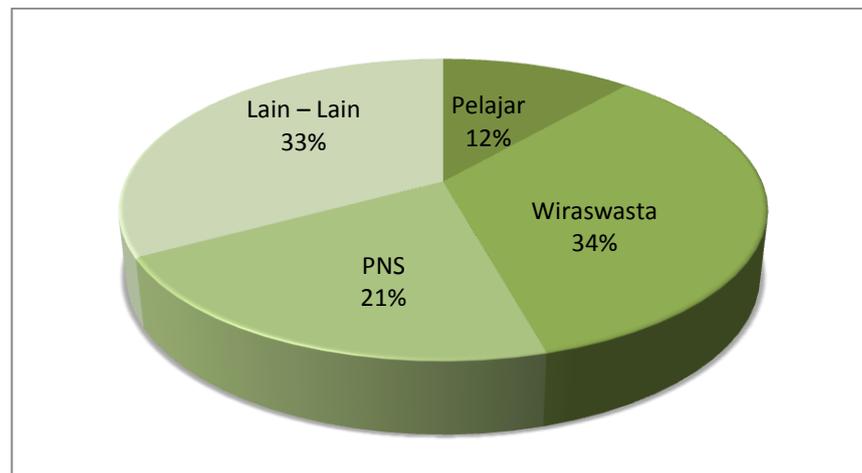
Dari diagram di atas dapat diketahui bahwa responden dari kategori pendidikan terakhir paling banyak yaitu pada tingkat pendidikan SMA dengan jumlah persentase 45.7%, kemudian diikuti dengan responden dengan tingkat pendidikan S1 yaitu sebanyak 27.1% dan disusul oleh responden dengan pendidikan SMP dengan persentase sebesar 21.4% dan yang terakhir responden dengan pendidikan SD yaitu jumlah persentase 5.7%.

4. Pekerjaan

Jenis pekerjaan menentukan kegiatan dalam berekonomi. Kategori pekerjaan yang digunakan dalam penelitian ini serta jawaban dari responden adalah sebagai berikut:

Gambar 4.4

Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: data primer yang diolah, 2019

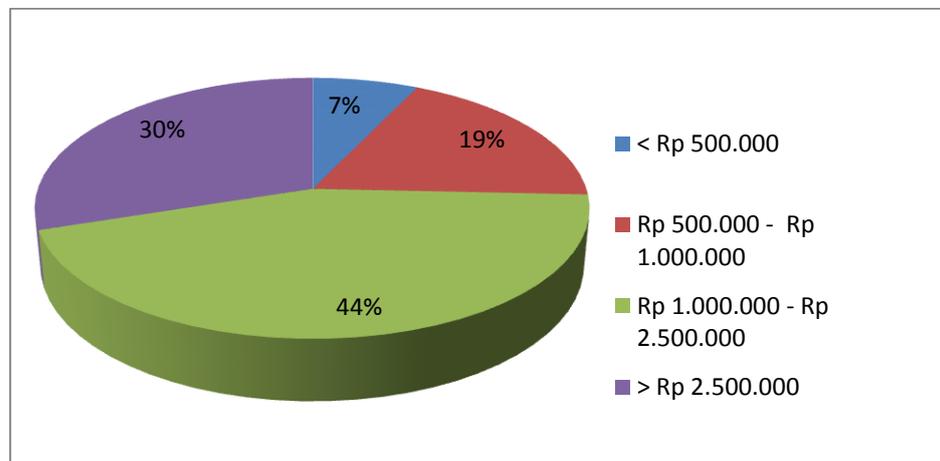
Dari diagram di atas dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan responden yang paling banyak adalah sebagai wiraswasta yaitu dengan jumlah persentase 34.3%, kemudian urutan kedua yaitu dengan pekerjaan lain-lain dengan jumlah persentase 32.9% dan PNS dengan persentase sebesar 21.4%, responden dengan jumlah persentase terendah adalah responden yang berstatus pelajar dengan jumlah persentase sebesar 11.4%.

5. Pendapatan Per Bulan

Pendapatan responden setiap bulannya juga berpengaruh dalam kegiatan ekonomi. Pendapatan responden setiap bulannya dapat dilihat dari data berikut:

Gambar 4.5

Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan per-Bulan



Sumber: data primer yang diolah, 2019

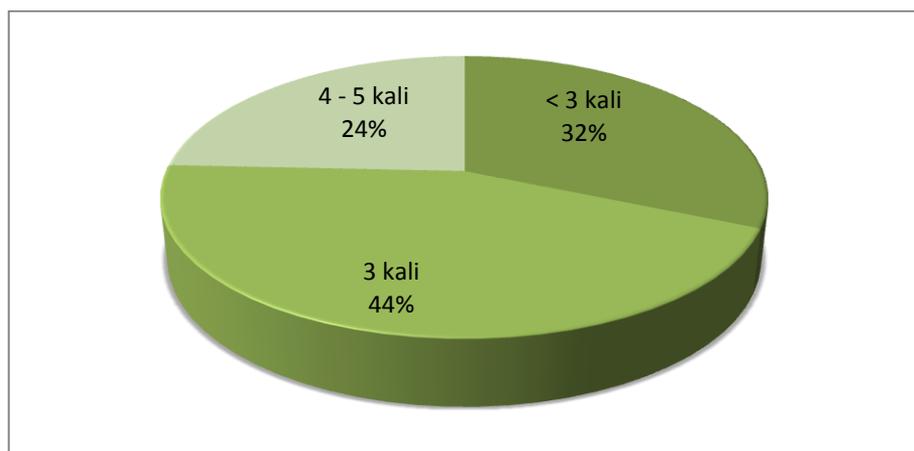
Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa responden dengan pendapatan per bulan terbanyak adalah pada Rp. 1.000.000,00 – Rp. 2.500.000,00- berjumlah 31 orang dengan persentase 44.3%, diikuti dengan responden berpendapatan > Rp. 2.500.000,00- berjumlah 21 orang dengan persentase 30%, kemudian Rp. 500.000,00 – Rp. 1.000.000,00- berjumlah 13 orang dengan persentase 18.6% dan selanjutnya responden berpendapatan < Rp. 500.000,00- sebesar 7.1%.

6. Kunjungan atau Pembelian Per Bulan

Banyaknya responden berkunjung untuk melakukan pembelian dapat menentukan apakah pelanggan tersebut puas atau tidak akan strategi harga yang telah ditetapkan, kualitas produk dan pelayanan yang ditawarkan. Berdasarkan respon dari pelanggan terkait berapa kali melakukan pembelian di Anugrah Mart Kediri, ditunjukkan melalui tabel berikut:

Gambar 4.6

Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Kunjungan



Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan diagram di atas, diketahui bahwa tidak terdapat responden yang melakukan pembelian kurang dari 3x, karena peneliti hanya mengambil sampel yang melakukan pembelian atau berkunjung sebanyak ≥ 3 kali. Sedangkan yang telah melakukan pembelian sebanyak 3x berjumlah 22 orang dengan persentase sebesar 31.4%, pembelian

sebanyak 4 – 5 kali sebanyak 31 orang dengan persentase 44.3%, dan untuk pembelian > 5 kali sebanyak 17 orang dengan persentase 24.3%.

C. Deskripsi Hasil Paparan Penemuan Data

Dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas yaitu strategi harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3) dan variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan pada hasil penelitian dari 4 variabel yang diajukan, dapat diketahui gambaran tanggapan 70 pelanggan sebagai responden. Dan berikut adalah tabel dan deskripsi tentang tanggapan para responden.

1. Deskripsi Variabel Strategi Harga

- a. Harga yang ditetapkan Anugrah Mart dapat diterima dengan wajar dan sesuai harga pasar

Tabel 4.2

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	16	22.9	22.9	22.9
S	35	50.0	50.0	72.9
SS	19	27.1	27.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.3

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	70	3	5	4.04	.711
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 27.1%, setuju 50%, dan netral 22.9%. Skor rata-rata jawaban responden 4.04 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- b. Harga yang ditetapkan Anugrah Mart tidak melebihi harga produk di minimarket atau tempat belanja lainnya

Tabel 4.4

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	13	18.6	18.6	18.6
S	41	58.6	58.6	77.1
SS	16	22.9	22.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.5

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.2	70	3	5	4.04	.647
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 22.9%, setuju 58.6%, dan netral 18.6%. Skor rata-rata jawaban responden 4.04 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- c. Harga yang ditetapkan Anugrah Mart sesuai dengan target pasarnya

Tabel 4.6

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.4	1.4	1.4
N	8	11.4	11.4	12.9
S	45	64.3	64.3	77.1
SS	16	22.9	22.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.7

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.3	70	2	5	4.09	.631
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 22.9%, setuju 64.3%, netral 11.4% dan tidak setuju 1.4%. Skor rata-rata jawaban responden 4.09 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- d. Harga produk di Anugrah Mart terjangkau

Tabel 4.8

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	13	18.6	18.6	18.6
S	38	54.3	54.3	72.9

SS	19	27.1	27.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.9

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.4	70	3	5	4.09	.676
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 27.1%, setuju 54.3% dan netral 18.6%. Skor rata-rata jawaban responden 4.09 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- e. Harga produk di Anugrah Mart relatif murah

Tabel 4.10

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	10.0	10.0	10.0
	N	4	5.7	5.7	15.7
	S	40	57.1	57.1	72.9
	SS	19	27.1	27.1	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.11

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.5	70	2	5	4.01	.860

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.5	70	2	5	4.01	.860
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 27.1%, setuju 57.1%, netral 18.6% dan tidak setuju 10%. Skor rata-rata jawaban responden 4.09 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- f. Harga produk di Anugrah Mart sesuai dengan kualitas yang ditawarkan

Tabel 4.12

X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.4	1.4	1.4
N	9	12.9	12.9	14.3
S	37	52.9	52.9	67.1
SS	23	32.9	32.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.13**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.6	70	2	5	4.17	.701
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 32.9%,

setuju 52.9%, netral 12.9% dan tidak setuju 1.4%. Skor rata-rata jawaban responden 4.17 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- g. Harga produk bervariasi sesuai dengan kualitasnya

Tabel 4.14

X1.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	9	12.9	12.9	12.9
S	37	52.9	52.9	65.7
SS	24	34.3	34.3	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.15

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.7	70	3	5	4.21	.657
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 34.3%, setuju 52.9%, dan netral 12.9%. Skor rata-rata jawaban responden 4.17 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- h. Harga produk mampu bersaing dengan produk sejenis di tempat belanja lainnya

Tabel 4.16

X1.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	7	10.0	10.0	10.0
S	31	44.3	44.3	54.3
SS	32	45.7	45.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.17**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.8	70	2	5	4.26	.896
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 45.7%, setuju 44.3% dan tidak setuju 10%. Skor rata-rata jawaban responden 4.26 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- i. Harga produk tertentu jauh lebih ekonomis dibanding minimarket atau tempat belanja lainnya

Tabel 4.18**X1.9**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	6	8.6	8.6	8.6
N	2	2.9	2.9	11.4
S	17	24.3	24.3	35.7
SS	45	64.3	64.3	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.19
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.9	70	2	5	4.44	.911
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 64.3%, setuju 24.3%, netral 2.9% dan tidak setuju 8.6%. Skor rata-rata jawaban responden 4.44 (dibulatkan ke 5) cenderung sangat setuju.

- j. Potongan harga pada produk tertentu menarik bagi pelanggan

Tabel 4.20
X1.10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	4	5.7	5.7	5.7
S	25	35.7	35.7	41.4
SS	41	58.6	58.6	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.21
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.10	70	3	5	4.53	.607
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 58.6%, setuju 35.7% dan netral 5.7%. Skor rata-rata jawaban responden 4.53 (dibulatkan ke 5) cenderung sangat setuju.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis tabel frekuensi dari 70 responden.

Tabel 4.22
Rangkuman Tabel Frekuensi
Strategi Harga (X1)

INDIKATOR	SS	S	N	TS	STS	JUMLAH
X1.1	19	35	16	0	0	70
X1.2	16	41	13	0	0	70
X1.3	16	45	8	1	0	70
X1.4	19	38	13	0	0	70
X1.5	19	40	4	7	0	70
X1.6	23	37	9	1	0	70
X1.7	24	37	9	0	0	70
X1.8	32	31	0	7	0	70
X1.9	45	17	2	6	0	70
X1.10	41	25	4	0	0	70

Berdasarkan rangkuman tabel frekuensi di atas menunjukkan bahwa pernyataan atau indikator yang mengatakan bahwa pelanggan yang sangat setuju paling banyak terdapat pada indikator X1.9 sebesar 45 responden, pelanggan yang berpendapat setuju terdapat pada indikator X1.3 sebesar 45 responden, pendapat netral terbanyak pada indikator X1.1 sebesar 16 responden dan pendapat tidak setuju tertinggi pada X1.5

sebesar 7 responden. Dari indikator tersebut yang paling dominan ialah jawaban sangat setuju dari indikator X1.9 yaitu harga produk tertentu lebih murah dibanding minimarket atau tempat belanja lainnya.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis statistik deskriptif berdasarkan nilai minimum, nilai maksimum, mean dan standart deviasi.

Tabel 4.23

Rangkuman Tabel Descriptive Statistic

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	70	3	5	4.04	.711
X1.2	70	3	5	4.04	.647
X1.3	70	2	5	4.09	.631
X1.4	70	3	5	4.09	.676
X1.5	70	2	5	4.01	.860
X1.6	70	2	5	4.17	.701
X1.7	70	3	5	4.21	.657
X1.8	70	2	5	4.26	.896
X1.9	70	2	5	4.44	.911
X1.10	70	3	5	4.53	.607
Valid N (listwise)	70				

Dari jawaban 70 responden untuk 10 item pernyataan variabel strategi harga, diketahui bahwa jawaban responden yang paling merata berdasarkan standar deviasi yaitu terdapat pada item pernyataan nomer X1.10 (Potongan harga pada produk tertentu menarik bagi pelanggan) dengan standar deviasi sebesar 0,607. Sedangkan jawaban responden yang menunjukkan standar deviasi terbesar terletak pada item X1.8 (Harga

produk mampu bersaing dengan produk sejenis di tempat belanja lainnya) dengan nilai sebesar 0,896.

2. Deskripsi Variabel Kualitas Produk

- a. Anugrah Mart selalu berusaha melengkapi stocknya dengan produk-produk yang berkualitas

Tabel 4.24

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	6	8.6	8.6	8.6
S	40	57.1	57.1	65.7
SS	24	34.3	34.3	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.25

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	70	3	5	4.26	.606
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 34.3%, setuju 57.1% dan netral 8.6%. Skor rata-rata jawaban responden 4.26 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- b. Anugrah Mart menyediakan barang kebutuhan sehari - hari yang berkualitas

Tabel 4.26

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2.9	2.9	2.9
N	13	18.6	18.6	21.4
S	42	60.0	60.0	81.4
SS	13	18.6	18.6	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.27

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.2	70	2	5	3.94	.700
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 18.6%, setuju 60%, netral 18.6% dan tidak setuju 2.9%. Skor rata-rata jawaban responden 3.94 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- c. Produk berkualitas yang dijual di Anugrah Mart beraneka jenis

Tabel 4.28

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	13	18.6	18.6	18.6
S	50	71.4	71.4	90.0
SS	7	10.0	10.0	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.29**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.3	70	3	5	3.91	.531
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 10%, setuju 71.4% dan netral 18.6%. Skor rata-rata jawaban responden 3.91 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- d. Menyediakan beragam produk dengan mutu kemasan yang tetap bagus (tidak rusak)

Tabel 4.30**X2.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2.9	2.9	2.9
N	9	12.9	12.9	15.7
S	43	61.4	61.4	77.1
SS	16	22.9	22.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.31**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.4	70	2	5	4.04	.690
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 34.3%, setuju 57.1% dan netral 8.6%. Skor rata-rata jawaban responden 4.26 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- e. Menyediakan produk berkualitas dengan beragam bentuk dan ukuran

Tabel 4.32

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.4	1.4	1.4
N	21	30.0	30.0	31.4
S	42	60.0	60.0	91.4
SS	6	8.6	8.6	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.33

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.5	70	2	5	3.76	.624
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 8.6%, setuju 60% netral 30% dan tidak setuju 1.4%. Skor rata-rata jawaban responden 3.76 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- f. Menyediakan berbagai macam merk yang berkualitas

Tabel 4.34**X2.6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	9	12.9	12.9	12.9
S	39	55.7	55.7	68.6
SS	22	31.4	31.4	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.35**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.6	70	3	5	4.19	.644
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 31.4%, setuju 55.7% dan netral 12.9%. Skor rata-rata jawaban responden 4.19 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- g. Kualitas produk yang dijual selalu yang terbaik

Tabel 4.36**X2.7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	9	12.9	12.9	12.9
S	46	65.7	65.7	78.6
SS	15	21.4	21.4	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.37**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.7	70	3	5	4.09	.583
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 21.4%, setuju 65.7% dan netral 12.9%. Skor rata-rata jawaban responden 4.09 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- h. Kualitas produk sesuai dengan harga yang ditawarkan

Tabel 4.38

X2.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	11	15.7	15.7	15.7
S	43	61.4	61.4	77.1
SS	16	22.9	22.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.39

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.8	70	3	5	4.07	.621
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 22.9%,

setuju 61.4% dan netral 15.7%. Skor rata-rata jawaban responden 4.07 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- i. Selalu menyediakan produk – produk halal

Tabel 4.40

X2.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	2	2.9	2.9	2.9
S	35	50.0	50.0	52.9
SS	33	47.1	47.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.41

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.9	70	3	5	4.44	.555
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 47.1%, setuju 50% dan netral 2.9%. Skor rata-rata jawaban responden 4.44 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- j. Produk – produk yang dijual di Anugrah Mart merupakan barang baru dan selalu memperhatikan masa produksinya.

Tabel 4.42

X2.10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	2	2.9	2.9	2.9
S	17	24.3	24.3	27.1
SS	51	72.9	72.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.43

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.10	70	3	5	4.70	.521
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 72.9%, setuju 24.3% dan netral 2.9%. Skor rata-rata jawaban responden 4.70 (dibulatkan ke 5) cenderung sangat setuju.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis tabel frekuensi dari 70 responden.

Tabel 4.44

Rangkuman Tabel Frekuensi

Kualitas Produk (X2)

INDIKATOR	SS	S	N	TS	STS	JUMLAH
X2.1	24	40	6	0	0	70
X2.2	13	42	13	2	0	70
X2.3	7	50	13	0	0	70
X2.4	16	43	9	2	0	70
X2.5	6	42	21	1	0	70
X2.6	22	39	9	0	0	70
X2.7	15	46	9	0	0	70
X2.8	16	43	11	0	0	70
X2.9	33	35	2	0	0	70
X2.10	51	17	2	0	0	70

Berdasarkan rangkuman tabel frekuensi di atas menunjukkan bahwa pernyataan atau indikator yang mengatakan bahwa pelanggan yang sangat setuju paling banyak terdapat pada indikator X2.10 sebesar 51 responden, pelanggan yang berpendapat setuju terdapat pada indikator X2.3 sebesar 50 responden, pendapat netral terbanyak pada indikator X2.5 sebesar 21 responden dan pendapat tidak setuju pada X2.2 dan X2.4 sebesar 2 responden. Dari indikator tersebut yang paling dominan ialah jawaban setuju dari

indikator X2.3 yaitu Produk berkualitas yang dijual di Anugrah Mart beragam jenis.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis statistik deskriptif berdasarkan nilai minimum, nilai maksimum, mean dan standart deviasi.

Tabel 4.45

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	70	3	5	4.26	.606
X2.2	70	2	5	3.94	.700
X2.3	70	3	5	3.91	.531
X2.4	70	2	5	4.04	.690
X2.5	70	2	5	3.76	.624
X2.6	70	3	5	4.19	.644
X2.7	70	3	5	4.09	.583
X2.8	70	3	5	4.07	.621
X2.9	70	3	5	4.44	.555
X2.10	70	3	5	4.70	.521
Valid N (listwise)	70				

Dari jawaban 70 responden untuk 10 item pernyataan variabel kualitas produk, diketahui bahwa jawaban responden yang paling merata berdasarkan standar deviasi yaitu terdapat pada item pernyataan nomer X2.10 (Produk – produk yang dijual di Anugrah Mart merupakan barang baru dan selalu memperhatikan masa produksinya) dengan standar deviasi sebesar 0,521. Sedangkan jawaban responden yang menunjukkan standar deviasi terbesar terletak pada item X2.4 (Menyediakan beragam produk dengan mutu kemasan yang tetap bagus atau tidak rusak) dengan nilai sebesar 0,690.

3. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

- a. Keadaan lingkungan Anugrah Mart selalu bersih

Tabel 4.46

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	21	30.0	30.0	30.0
S	39	55.7	55.7	85.7
SS	10	14.3	14.3	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.47

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.1	70	3	5	3.84	.651
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 14.3%, setuju 55.7% dan netral 30%. Skor rata-rata jawaban responden 3.84 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- b. Adanya fasilitas kartu kredit yang memudahkan untuk bertransaksi

Tabel 4.48

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	13	18.6	18.6	18.6

S	45	64.3	64.3	82.9
SS	12	17.1	17.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.49

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.2	70	3	5	3.99	.602
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 17.1%, setuju 64.3% dan netral 18.6%. Skor rata-rata jawaban responden 3.99 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- c. Pelayanan pada kasir relatif cepat dan tepat

Tabel 4.50

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	21	30.0	30.0	30.0
S	44	62.9	62.9	92.9
SS	5	7.1	7.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.51

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.3	70	3	5	3.77	.569

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.3	70	3	5	3.77	.569
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 7.1%, setuju 62.9% dan netral 30%. Skor rata-rata jawaban responden 3.77 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- d. Keakuratan kasir dalam menghitung jumlah transaksi saat pembayaran

Tabel 4.52

X3.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	17	24.3	24.3	24.3
	S	38	54.3	54.3	78.6
	SS	15	21.4	21.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.53**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.4	70	3	5	3.97	.680
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 21.4%,

setuju 54.3% dan netral 24.3%. Skor rata-rata jawaban responden 3.97 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- e. Karyawan Anugrah Mart selalu memberikan pelayanan yang sigap terhadap pelanggan

Tabel 4.54

X3.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	11	15.7	15.7	15.7
S	34	48.6	48.6	64.3
SS	25	35.7	35.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.55

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.5	70	3	5	4.20	.694
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 35.7%, setuju 48.6% dan netral 15.7%. Skor rata-rata jawaban responden 4.20 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- f. Karyawan tanggap saat merespon pelanggan yang tidak mengetahui keberadaan barang yang akan dibeli

Tabel 4.56

X3.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	5	7.1	7.1	7.1
S	32	45.7	45.7	52.9
SS	33	47.1	47.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.57

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.6	70	3	5	4.40	.623
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 47.1%, setuju 45.7% dan netral 7.1%. Skor rata-rata jawaban responden 4.40 (dibulatkan ke 5) cenderung sangat setuju.

- g. Pelanggan merasa percaya dan nyaman bila berbelanja di Anugrah Mart karena karyawan selalu bersedia membantu saat dibutuhkan

Tabel 4.58

X3.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	7	10.0	10.0	10.0
S	24	34.3	34.3	44.3
SS	39	55.7	55.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.59

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.7	70	3	5	4.46	.674
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 55.7%, setuju 34.3% dan netral 10%. Skor rata-rata jawaban responden 4.46 (dibulatkan ke 5) cenderung sangat setuju.

- h. Pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Anugrah Mart

Tabel 4.60

X3.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	4	5.7	5.7	5.7
S	23	32.9	32.9	38.6
SS	43	61.4	61.4	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.61

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.8	70	3	5	4.56	.605
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 61.4%, setuju 32.9% dan netral 5.7%. Skor rata-rata jawaban responden 4.56 (dibulatkan ke 5) cenderung sangat setuju.

- i. Karyawan Anugrah Mart ramah dan sopan terhadap pelanggan

Tabel 4.62

X3.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	4	5.7	5.7	5.7
S	20	28.6	28.6	34.3
SS	46	65.7	65.7	100.0

X3.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	4	5.7	5.7	5.7
S	20	28.6	28.6	34.3
SS	46	65.7	65.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.63**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.9	70	3	5	4.60	.600
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 65.7%, setuju 28.6% dan netral 5.7%. Skor rata-rata jawaban responden 4.60 (dibulatkan ke 5) cenderung sangat setuju.

- j. Karyawan selalu menghargai keluhan pelanggan

Tabel 4.64**X3.10**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	10	14.3	14.3	14.3
S	25	35.7	35.7	50.0
SS	35	50.0	50.0	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.65**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.10	70	3	5	4.36	.723
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 50%, setuju 35.7% dan netral 14.3%. Skor rata-rata jawaban responden 4.36 (dibulatkan ke 5) cenderung sangat setuju.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis tabel frekuensi dari 70 responden.

Tabel 4.66**Rangkuman Tabel Frekuensi****Kualitas Pelayanan (X3)**

INDIKATOR	SS	S	N	TS	STS	JUMLAH
X3.1	10	39	21	0	0	70
X3.2	12	45	13	0	0	70
X3.3	5	44	21	0	0	70
X3.4	15	38	17	0	0	70
X3.5	25	34	11	0	0	70
X3.6	33	32	5	0	0	70
X3.7	39	24	7	0	0	70
X3.8	43	23	4	0	0	70
X3.9	46	20	4	0	0	70
X3.10	35	25	10	0	0	70

Berdasarkan rangkuman tabel frekuensi di atas menunjukkan bahwa pernyataan atau indikator yang mengatakan bahwa pelanggan yang sangat setuju paling banyak terdapat pada indikator X3.9 sebesar 46 responden, pelanggan yang berpendapat setuju terdapat pada indikator X3.2 sebesar 45 responden, pendapat netral terbanyak pada indikator X3.1 dan X3.3 sebesar 21 responden. Dari indikator tersebut yang paling dominan ialah jawaban sangat setuju dari indikator X2.3 yaitu Karyawan Anugrah Mart ramah dan sopan terhadap pelanggan.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis statistik deskriptif berdasarkan nilai minimum, nilai maksimum, mean dan standart deviasi.

Tabel 4.67
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.1	70	3	5	3.84	.651
X3.2	70	3	5	3.99	.602
X3.3	70	3	5	3.77	.569
X3.4	70	3	5	3.97	.680
X3.5	70	3	5	4.20	.694
X3.6	70	3	5	4.40	.623
X3.7	70	3	5	4.46	.674
X3.8	70	3	5	4.56	.605
X3.9	70	3	5	4.60	.600
X3.10	70	3	5	4.36	.723
Valid N (listwise)	70				

Dari jawaban 70 responden untuk 10 item pernyataan variabel kualitas pelayanan, diketahui bahwa jawaban responden yang paling merata berdasarkan standar deviasi yaitu terdapat pada item pernyataan

nomer X3.3 (pelayanan pada kasir relatif cepat dan tepat) dengan standar deviasi sebesar 0,569. Sedangkan jawaban responden yang menunjukkan standar deviasi terbesar terletak pada item X3.10 (Karyawan selalu menghargai keluhan pelanggan) dengan nilai sebesar 0,723.

4. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

- a. Secara keseluruhan, saya puas berbelanja di Anugrah Mart

Tabel 4.68

Y.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	12	17.1	17.1	17.1
S	40	57.1	57.1	74.3
SS	18	25.7	25.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.69

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.1	70	3	5	4.09	.654
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 25.7%, setuju 57.1% dan netral 17.1%. Skor rata-rata jawaban responden 4.09 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- b. Saya lebih puas berbelanja di Anugrah Mart dibandingkan tempat belanja lainnya

Tabel 4.70

Y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	9	12.9	12.9	12.9
S	50	71.4	71.4	84.3
SS	11	15.7	15.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.71

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.2	70	3	5	4.03	.538
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 15.7%, setuju 71.4% dan netral 12.9%. Skor rata-rata jawaban responden 4.03 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- c. Saya puas dengan harga yang ditetapkan Anugrah Mart karena sesuai dengan harapan saya

Tabel 4.72

Y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2.9	2.9	2.9
N	18	25.7	25.7	28.6
S	34	48.6	48.6	77.1
SS	16	22.9	22.9	100.0

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.9	2.9	2.9
	N	18	25.7	25.7	28.6
	S	34	48.6	48.6	77.1
	SS	16	22.9	22.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.73

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.3	70	2	5	3.91	.775
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 22.9%, setuju 48.6% netral 25.7% dan tidak setuju 2.9%. Skor rata-rata jawaban responden 3.91 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- d. Saya puas dengan kualitas produk di Anugrah Mart karena sesuai dengan harapan saya.

Tabel 4.74

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	2.9	2.9	2.9
	S	43	61.4	61.4	64.3
	SS	25	35.7	35.7	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.75**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.4	70	3	5	4.33	.531
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 35.7%, setuju 61.4% dan netral 2.9%. Skor rata-rata jawaban responden 4.33 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- e. Saya puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan para karyawan Anugrah Mart karena sesuai dengan harapan saya.

Tabel 4.76**Y.5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	5	7.1	7.1	7.1
S	28	40.0	40.0	47.1
SS	37	52.9	52.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.77**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.5	70	3	5	4.46	.630
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 52.9%, setuju 40% netral 7.1%. Skor rata-rata jawaban responden 4.46 (dibulatkan ke 5) cenderung sangat setuju.

- f. Saya akan berbelanja kembali di Anugrah Mart karena harga yang pasti dan tergolong murah

Tabel 4.78

Y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.9	2.9	2.9
	N	25	35.7	35.7	38.6
	S	27	38.6	38.6	77.1
	SS	16	22.9	22.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.79

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.6	70	2	5	3.81	.822
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 22.9%, setuju 38.6% netral 35.7% dan tidak setuju 2.9%. Skor rata-rata jawaban responden 3.81 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- g. Saya akan berbelanja kembali di Anugrah Mart karena produk yang dijual berkualitas baik

Tabel 4.80

Y.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	42	60.0	60.0	60.0
SS	28	40.0	40.0	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.81

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.7	70	4	5	4.40	.493
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 40% dan setuju 60%. Skor rata-rata jawaban responden 4.4 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- h. Saya akan berbelanja kembali di Anugrah Mart karena pelayanan yang diberikan memuaskan

Tabel 4.82

Y.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	6	8.6	8.6	8.6
S	34	48.6	48.6	57.1
SS	30	42.9	42.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.83

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.8	70	3	5	4.34	.634
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 42.9%, setuju 48.6% dan netral 8.6%. Skor rata-rata jawaban responden 4.34 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- i. Saya bersedia merekomendasikan kepada teman atau kerabat untuk berbelanja di Anugrah Mart.

Tabel 4.84

Y.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	14	20.0	20.0	20.0
S	38	54.3	54.3	74.3
SS	18	25.7	25.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.85

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.9	70	3	5	4.06	.679
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 25.7%, setuju 54.3% netral 20%. Skor rata-rata jawaban responden 4.06 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

- j. Saya puas terhadap usaha Anugrah Mart dalam mengetahui dan menindaklanjuti ketidakpuasan yang saya alami.

Tabel 4.86

Y.10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	4.3	4.3	4.3
N	24	34.3	34.3	38.6
S	32	45.7	45.7	84.3

SS	11	15.7	15.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel 4.87

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.10	70	2	5	3.73	.779
Valid N (listwise)	70				

Data dari tabel di atas menunjukkan respon dari 70 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat setuju 15.7%, setuju 45.7% netral 34.3% dan tidak setuju 4.3%. Skor rata-rata jawaban responden 3.73 (dibulatkan ke 4) cenderung setuju.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis tabel frekuensi dari 70 responden.

Tabel 4.88

Rangkuman Tabel Frekuensi

Kepuasan Pelanggan (Y)

INDIKATOR	SS	S	N	TS	STS	JUMLAH
Y.1	18	40	12	0	0	70
Y.2	11	50	9	0	0	70
Y.3	16	34	18	2	0	70
Y.4	25	43	2	0	0	70
Y.5	37	28	5	0	0	70
Y.6	16	27	25	2	0	70
Y.7	28	42	0	0	0	70
Y.8	20	34	6	0	0	70
Y.9	18	38	14	0	0	70
Y.10	11	32	24	3	0	70

Berdasarkan rangkuman tabel frekuensi di atas menunjukkan bahwa pernyataan atau indikator yang mengatakan bahwa pelanggan yang sangat setuju paling banyak terdapat pada indikator Y.5 sebesar 37 responden, pelanggan yang berpendapat setuju terdapat pada indikator Y.2 sebesar 50 responden, pendapat netral terbanyak pada indikator Y.6 sebesar 25 responden, dan pendapat tidak setuju pada Y.3 dan Y.6 sebesar 2 responden. Dari indikator tersebut yang paling dominan ialah jawaban setuju dari indikator Y.2 yaitu saya lebih puas berbelanja di Anugrah Mart dibandingkan tempat belanja lainnya.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis statistik deskriptif berdasarkan nilai minimum, nilai maksimum, mean dan standart deviasi.

Tabel 4.89
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.1	70	3	5	4.09	.654
Y.2	70	3	5	4.03	.538
Y.3	70	2	5	3.91	.775
Y.4	70	3	5	4.33	.531
Y.5	70	3	5	4.46	.630
Y.6	70	2	5	3.81	.822
Y.7	70	4	5	4.40	.493
Y.8	70	3	5	4.34	.634
Y.9	70	3	5	4.06	.679
Y.10	70	2	5	3.73	.779
Valid N (listwise)	70				

Dari jawaban 70 responden untuk 10 item pernyataan variabel kepuasan pelanggan, diketahui bahwa jawaban responden yang paling merata berdasarkan standar deviasi yaitu terdapat pada item pernyataan nomer Y.7 (Saya akan berbelanja kembali di Anugrah Mart karena produk yang dijual berkualitas baik) dengan standar deviasi sebesar 0,493. Sedangkan jawaban responden yang menunjukkan standar deviasi terbesar terletak pada item Y.6 (saya akan berbelanja kembali di Anugrah Mart karena harga yang pasti dan tergolong murah) dengan nilai sebesar 0,822.

D. Analisis Data

1. Uji Keabsahan Data

Untuk mengetahui tingkat keakuratan data, maka dilakukan pengujian instrumen penelitian (kuesioner) dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas data seperti berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Nilai validitas masing-masing butir pernyataan/pertanyaan dapat dilihat pada nilai *corrected item-total correlation* masing-masing butir pernyataan atau pertanyaan. Suatu

item pernyataan dinyatakan valid jika mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r standar yaitu 0,3.

Berikut ini merupakan hasil uji validitas masing-masing butir pernyataan menggunakan program SPSS 16.0

Tabel 4.90

Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Harga (X1)

No. Item	Corected Item Total Correlation	Keterangan
X1.1	0,399	Valid
X1.2	0,483	Valid
X1.3	0,436	Valid
X1.4	0,618	Valid
X1.5	0,826	Valid
X1.6	0,646	Valid
X1.7	0,665	Valid
X1.8	0,761	Valid
X1.9	0,642	Valid
X1.10	0,371	Valid

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

No. Item	Corected Item Total Correlation	Keterangan
X2.1	0,499	Valid
X2.2	0,438	Valid
X2.3	0,459	Valid
X2.4	0,467	Valid
X2.5	0,449	Valid
X2.6	0,384	Valid
X2.7	0,363	Valid
X2.8	0,528	Valid
X2.9	0,409	Valid
X2.10	0,347	Valid

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

No. Item	Corected Item Total	Keterangan
----------	---------------------	------------

	Correlation	
X3.1	0,358	Valid
X3.2	0,417	Valid
X3.3	0,347	Valid
X3.4	0,316	Valid
X3.5	0,513	Valid
X3.6	0,435	Valid
X3.7	0,446	Valid
X3.8	0,439	Valid
X3.9	0,411	Valid
X3.10	0,358	Valid

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No. Item	Corrected Item Total Correlation	Keterangan
Y.1	0,532	Valid
Y.2	0,551	Valid
Y.3	0,643	Valid
Y.4	0,607	Valid
Y.5	0,316	Valid
Y.6	0,655	Valid
Y.7	0,492	Valid
Y.8	0,344	Valid
Y.9	0,501	Valid
Y.10	0,420	Valid

Berdasarkan tabel 4.93, seluruh item pernyataan adalah valid, karena nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar di banding 0,3 seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono dan Wibowo yang menyatakan bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajekan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut. Dalam penentuan tingkat reliabilitas suatu instrumen penelitian dapat diterima bila memiliki koefisien alpha $> 0,60$ seperti yang dikemukakan oleh Nugroho dan Suyuthi. Berikut hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.91

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Strategi Harga (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.870	10

Berdasarkan tabel 4.94, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.870. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk pertanyaan dalam variabel strategi harga (X1) adalah sangat reliabel. Jadi responden menunjukkan kestabilan dan konsistensi dalam menjawab konstruk-konstruk pertanyaan dari variabel strategi harga (X1).

Tabel 4.92

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.769	10

Berdasarkan tabel 4.95, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,769. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk pertanyaan dalam variabel

kualitas produk (X2) adalah reliabel. Jadi responden menunjukkan kestabilan dan konsistensi dalam menjawab konstruk-konstruk pertanyaan dari variabel kualitas produk (X2).

Tabel 4.93

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.743	10

Berdasarkan tabel 4.96, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,743. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk pertanyaan dalam variabel kualitas pelayanan (X3) adalah reliabel. Jadi responden menunjukkan kestabilan dan konsistensi dalam menjawab konstruk-konstruk pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan (X3).

Tabel 4.94

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.818	10

Berdasarkan tabel 4.97, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,818. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk pertanyaan dalam variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah sangat reliabel. Jadi responden

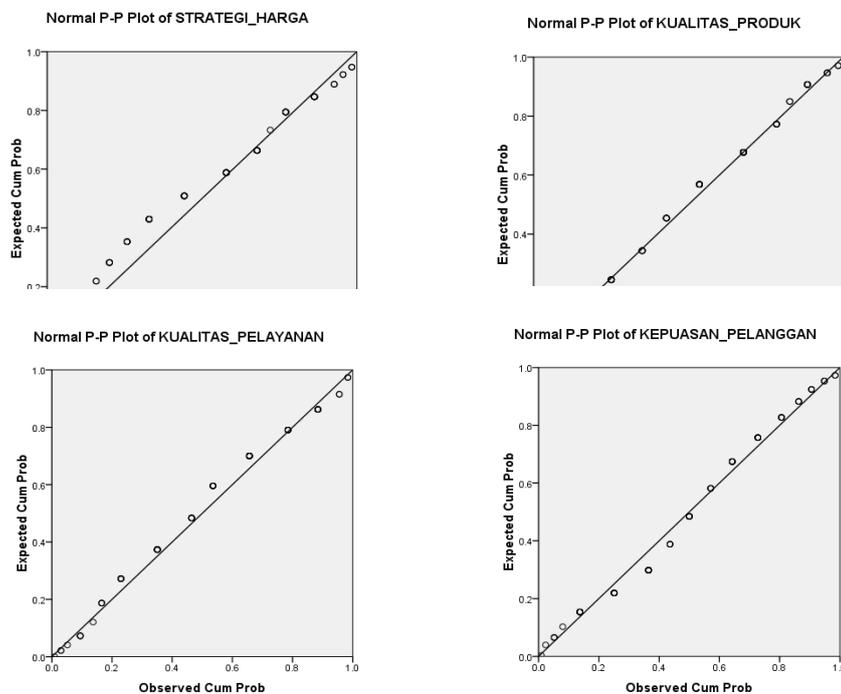
menunjukkan kestabilan dan konsistensi dalam menjawab konstruk-
konstruk pertanyaan dari variabel kepuasan pelanggan (Y).

2. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen maupun variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan grafik P-Plot dan *Kolmogorov-Smirnov Test*. Variabel dikatakan berdistribusi normal jika *Asymp Sig. (2-tailed)* > 0,05. Berdasarkan hasil pengujian dengan program SPSS, diperoleh grafik dan data sebagai berikut:

Gambar 4.7

Grafik Normal Probability Plot



Tabel 4.95

Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		STRATEGI HARGA	KUALITAS PRODUK	KUALITAS PELAYANAN	KEPUASAN PELANGGAN
N		70	70	70	70
Normal Parameters ^a	Mean	41.89	41.40	42.14	41.16
	Std. Deviation	5.003	3.478	3.536	4.074
Most Extreme Differences	Absolute	.144	.097	.129	.116
	Positive	.068	.080	.081	.116
	Negative	-.144	-.097	-.129	-.074
Kolmogorov-Smirnov Z		1.205	.812	1.078	.971
Asymp. Sig. (2-tailed)		.110	.525	.195	.302

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan grafik *P-Plot* pada gambar 4.1, terlihat titik-titik (data) menyebar di sekitar garis diagonal (relatif berhimpitan dengan sumbu diagonal) dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* untuk variabel strategi harga (X1) sebesar 0,110 yang berarti > 0.05 , variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,525 yang berarti > 0.05 , variabel

kualitas pelayanan sebesar 0.195 yang berarti > 0.05 , variabel kepuasan pelanggan sebesar 0.302 yang berarti > 0.05 . Hal ini menyatakan bahwa semua variabel berdistribusi normal, karena hasil dari *Asymp.Sig (2-tailed)* semua variabel menunjukkan lebih besar dari 0.05.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik, seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji multikolinieritas dalam penelitian ini menggunakan metode Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factors). Jika nilai $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0.1$, maka tidak terjadi multikolinieritas. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan program SPSS, diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 4.96

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
STRATEGI_HARGA	.975	1.026
KUALITAS_PRODUK	.925	1.081
KUALITAS_PELAYANAN	.930	1.075

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

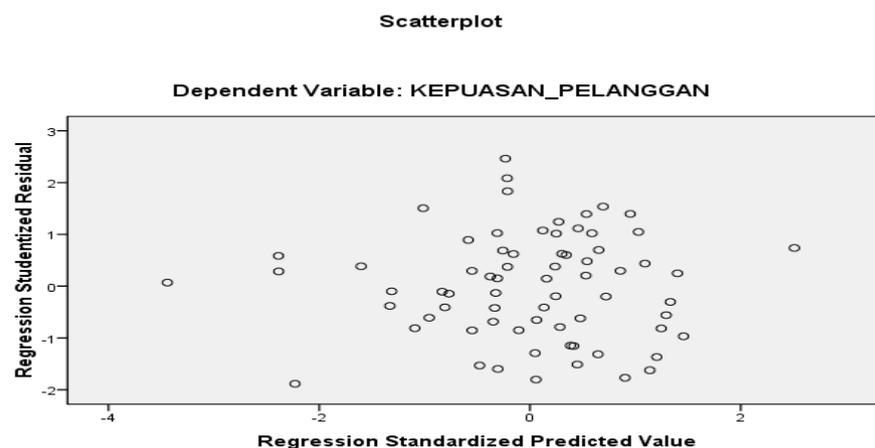
Berdasarkan tabel *Coefficients* di atas, dapat diketahui bahwa variabel strategi harga (X1) memperoleh nilai VIF sebesar 1,026 dan Tolerance sebesar 0,975, variabel kualitas produk (X2) memperoleh nilai VIF sebesar 1,081 dan nilai Tolerance sebesar 0.925 dan variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai VIF sebesar 1,075 dan nilai Tolerance sebesar 0,930. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel mempunyai nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,1, sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati grafik scatter plot Berdasarkan hasil pengujian dengan program SPSS, diperoleh grafik sebagai berikut:

Gambar 4.8

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar Scatterplot di atas, terlihat titik-titik yang membentuk pola tidak teratur, dimana titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 sehingga grafik tersebut tidak membentuk pola yang jelas. Dari hasil grafik tersebut memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi arau residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya ($t-1$). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Secara umum patokan yang digunakan dalam melihat angka D-W yakni:

1. Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
2. Angka D-W di bawah -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
3. Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

Berikut adalah hasil uji autokorelasi:

Tabel 4.97

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^p

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.526 ^a	.277	.244	3.543	1.853

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, KUALITAS_PRODUK, STRATEGI_HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Berdasarkan tabel 4.100, nilai *Durbin-Watson* pada model *summary* adalah sebesar 1,853. Hal ini berarti model regresi di atas tidak terdapat masalah autokorelasi, sehingga model regresi layak digunakan.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Variabel independen dalam penelitian ini berjumlah 3 Variabel, oleh karena itu analisis regresi yang digunakan adalah regresi linier berganda, teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh strategi harga (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap minat beli ulang. Dengan menggunakan SPSS 16.0 hasil dari uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.98

Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17.716	6.938		2.554	.013
STRATEGI_HARGA	-.186	.086	-.229	-2.155	.035
KUALITAS_PRODUK	.424	.127	.362	3.324	.001
KUALITAS_PELAYANAN	.325	.125	.282	2.598	.012

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Berdasarkan tabel 4.101, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 17.716 + (- 0.186) (X_1) + 0.424 (X_2) + 0.325 (X_3)$$

Persamaan regresi di atas akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 17.716 menyatakan bahwa strategi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam keadaan konstan (tetap) maka kepuasan pelanggan mempunyai nilai sebesar 17.716.
- b. Koefisien regresi strategi harga (X_1) sebesar $(- 0.186)$ menyatakan bahwa jika variabel independen lain nilainya tetap dan strategi harga mengalami kenaikan 1 (satuan) maka kepuasan pelanggan akan mengalami penurunan sebesar $(- 0.186)$. Koefisien bernilai negatif antara strategi harga dan kepuasan pelanggan, ini berarti terjadi hubungan negatif antara strategi harga dan kepuasan pelanggan. Dimana jika strategi harga yang ditetapkan meningkat maka kepuasan pelanggan akan menurun. Sebaliknya, jika strategi harga yang ditetapkan rendah maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.
- c. Koefisien regresi kualitas produk (X_2) sebesar 0.424 menyatakan bahwa jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas produk mengalami kenaikan 1 (satuan) maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0.424. Koefisien bernilai positif antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan, ini berarti terjadi hubungan positif antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Dimana semakin naik kualitas produk maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

- d. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X_3) sebesar 0.325 menyatakan bahwa jika variabel independen lain nilainya tetap dan strategi harga mengalami kenaikan 1 (satuan) maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0.325. Koefisien bernilai positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, ini berarti terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dimana semakin naik kualitas pelayanan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.
- e. Tanda positif (+) menandakan arah hubungan yang searah. Sedangkan tanda negatif (-) menunjukkan arah yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai (R^2) mendekati 1, berarti variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (pengaruhnya kuat).
2. Jika nilai (R^2) mendekati 0, berarti variabel independen kemampuannya terbatas dalam memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. (pengaruhnya lemah).

Besarnya R^2 dapat dilihat pada tabel hasil pengujian SPSS kolom *R-square* dan *Adjusted R Square* pada tabel model summary. Besarnya R^2 dinyatakan dalam bentuk persentase. Berikut hasil pengujian R^2 dengan menggunakan SPSS 16.0:

Tabel 4.99

Hasil Uji *R-square*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.526 ^a	.277	.244	3.543

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, STRATEGI_HARGA, KUALITAS_PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Berdasarkan hasil uji SPSS 16.0 diketahui bahwa *Adjusted R-square* adalah 0,244, ini berarti bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh strategi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 24,4% dan 75,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

6. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengujian hipotesis uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f). Hipotesis yang dapat dikemukakan sebagai berikut:

a. Hipotesis 1

H_0 = Strategi harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Anugrah Mart Kediri

H_a = Strategi harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Anugrah Mart Kediri

b. Hipotesis 2

H_0 = Kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Anugrah Mart Kediri

H_a = Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Anugrah Mart Kediri

c. Hipotesis 3

H_0 = Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Anugrah Mart Kediri

H_a = Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Anugrah Mart Kediri

d. Hipotesis 4

H_0 = Strategi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama – sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Anugrah Mart Kediri

H_a = Strategi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama – sama berpengaruh secara signifikan

terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Anugrah Mart
Kediri

Pengujian hipotesis di atas adalah dengan menggunakan uji t dan uji F sebagai berikut:

a. Uji T

Dalam penelitian ini dilakukan uji T yang fungsinya untuk mengetahui pengaruh secara parsial (individual) antara variabel bebas dengan variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji T terbagi menjadi dua cara sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai Sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Tabel 4.100

Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.716	6.938		2.554	.013
	STRATEGI_HARGA	-.186	.086	-.229	-2.155	.035
	KUALITAS_PRODUK	.424	.127	.362	3.324	.001
	KUALITAS PELAYANAN	.325	.125	.282	2.598	.012

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Hasil dari uji t dengan menggunakan aplikasi SPSS 16.0 menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel strategi harga sebesar (-2,155), variabel kualitas produk sebesar 3,324, variabel kualitas pelayanan sebesar 2,598. Sementara itu, nilai t tabel adalah 1,997 (dari perhitungan tingkat kepercayaan dibagi 2 : jumlah responden dikurangi jumlah variabel independen dikurangi 1 = $0,05/2 : n - k - 1 = 0,05/2 : 70 - 3 - 1 = 0,025 : 66$). Adapun hasil analisisnya adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh strategi harga terhadap kepuasan pelanggan

t hitung strategi harga (-2,155) > t tabel (1,997) dan nilai signifikansi strategi harga (0,035) < (0,05), oleh karena itu pada hipotesis 1, H0 ditolak dan Ha diterima. Berarti strategi harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Anugrah Mart Kediri meskipun secara negatif, karena hasil uji menunjukkan angka yang negatif.

2. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

t hitung kualitas produk (3,324) > t tabel (1,997) dan nilai signifikansi kualitas produk (0,001) < (0,05) oleh karena itu pada hipotesis 2, H0 ditolak dan Ha diterima. Berarti kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Anugrah Mart Kediri.

3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

t_{hitung} kualitas pelayanan (2,598) > t_{tabel} (1,997) dan nilai signifikansi kualitas pelayanan (0,012) < (0,05), oleh karena itu pada hipotesis 3, H_0 diterima dan H_a ditolak. Berarti kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Anugrah Mart Kediri.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai Sig. > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai sig. < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Tabel 4.101

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	316.757	3	105.586	8.411	.000 ^a
	Residual	828.514	66	12.553		
	Total	1145.271	69			

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, KUALITAS_PRODUK, STRATEGI_HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Berdasarkan tabel 4.104 menjelaskan bahwa besarnya nilai F hitung adalah 8,411 sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Maka

nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Hasil perhitungan uji F pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai F tabel sebesar 2,740 yang diperoleh dengan melihat df-3 untuk *regression* dan 66 untuk *residual*, dengan tingkat kesalahan 5%. Maka nilai F hitung $8,411 > 2,740$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama ada pengaruh secara signifikan antara strategi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan tingkat kesalahan 5%. Dari pernyataan tersebut maka strategi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Anugrah Mart Kediri.

