

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Tulungagung

Kabupaten Tulungagung terletak di daerah selatan Provinsi Jawa Timur secara astronomis terletak pada posisi 111°43'-112°07' bujur timur dan 7°51'-8°18' lintang selatan. Perbatasan dibagian utara adalah Kabupaten Kediri, sebelah timur adalah Kabupaten Blitar, sebelah barat Kabupaten Trenggalek, dan sebelah selatan adalah Samudra Hindia. Secara topografi Tulungagung terletak pada ketinggian 85m dpl (di atas permukaan laut). Luas wilayah Kabupaten Tulungagung yaitu 1.055, 65 Km² yang terdiri dari daratan, daerah pegunungan serta daerah pantai. Maka dari itu Tulungagung memiliki beragam potensi sumber daya seperti tanaman pangan, perkebunan dan perikanan.

Secara administrasi Kabupaten Tulungagung terdiri dari 19 kecamatan, 257 desa, dan 14 kelurahan dengan rincian sebagai berikut:¹

Tabel 4.1

No.	Kecamatan	Desa	Kelurahan
1.	Besuki	10	-
2.	Bandung	18	-
3.	Pakel	19	-
4.	Campurdarat	9	-
5.	Tanggunggunung	7	-

¹ <https://bappeda.jatimprov.go.id> diakses pada tanggal 15 Juli 2019 pukul 19:51

6.	Kalidawir	17	-
7.	Pucanglaban	9	-
8.	Rejotangan	16	-
9.	Ngunut	18	-
10.	Sumbergempol	17	-
11.	Boyolangu	17	-
12.	Tulungagung	-	14
13.	Kedungwaru	19	-
14.	Ngantru	13	-
15.	Karangrejo	13	-
16.	Kauman	13	-
17.	Gondang	20	-
18.	Pagerwojo	11	-
19.	Sendang	11	-

Kabupaten Tulungagung memiliki fisiografi lahan dari dataran rendah, sedang hingga dataran tinggi dengan konfigurasi datar hingga perbukitan dan pegunungan. Dataran rendah merupakan daerah dengan ketinggian di bawah 500 m dari permukaan laut, daerah ini meliputi semua kecamatan tetapi tidak semua desa, untuk Kecamatan Pagerwojo dan Sendang hanya empat desa. Dataran sedang mempunyai ketinggian 500 m sampai 700 m dari permukaan laut yaitu Kecamatan Pagerwojo sebanyak enam desa dan Kecamatan Sendang sebanyak dua desa. Sedangkan dataran tinggi merupakan daerah dengan ketinggian di atas 700 m dpl, yaitu di Kecamatan Pagerwojo sebanyak satu desa dan Kecamatan

Sendang sebanyak dua desa. Daerah yang mempunyai wilayah terluas yaitu Kecamatan Tanggunggunung, Kecamatan Kalidawir, Kecamatan Sendang, dan Kecamatan Pagerwojo.²

B. Deskripsi Responden

1. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Kabupaten Tulungagung. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 orang tetapi yang pernah berbelanja *online* sebanyak 34 orang. Dalam pengambilan sampel menggunakan teknik *Cluster Random Sampling*.

2. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 3(tiga) bagian, sebagai berikut:

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase(%)
1.	Laki-laki	13	38%
2.	Perempuan	21	62%
	Jumlah	34	100%

Sumber: Tabel Identitas Responden

²<http://bappeda.jatimprov.go.id/bappeda/wp-content/uploads/potensi-kab-kota-2013> diakses pada tanggal 21 Maret 2019 pukul 10:24

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa konsumen di Kabupaten Tulungagung yang pernah belanja *online* didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 21 orang atau 68% dari 34 orang. Sedangkan, untuk responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 13 orang atau 32% dari 34 orang.

b. Karakteristik responden berdasarkan usia

Dalam penelitian ini karakteristik berdasarkan usia responden dikelompokkan menjadi 4 (empat) kategori, yaitu usia <17 tahun, 18 s/d 30 tahun, 31 s/d 40 tahun, dan usia 41 s/d 50 tahun. Berikut data berdasarkan usia konsumen di Kabupaten Tulungagung:

Tabel 4.3

Usia Responden

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1.	<17 tahun	0	0%
2.	18 s/d 30 tahun	19	56%
3.	31 s/d 40 tahun	5	15%
4.	41 s/d 50 tahun	10	29%
	Jumlah	34	100%

Sumber: Data Kuesioner yang diolah

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa konsumen di Kabupaten Tulungagung yang pernah belanja *online* yang diambil sebagai responden mayoritas berusia 18 s/d 30 tahun yaitu 19 orang (56%), usia 41 s/d 50 tahun sebanyak 10 orang (29%), dan jumlah terkecil yaitu usia 31 s/d 30 tahun sebanyak 5 orang (15%).

c. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Dalam penelitian ini mengenai pekerjaan responden, peneliti mengelompokkan menjadi 10 (sepuluh) jenis pekerjaan, yaitu: Pegawai Negeri Sipil, karyawan swasta, petani, pelajar (SMA), ibu rumah tangga, pedagang, mahasiswa, pejabat desa, sales, dan Polisi. Data mengenai pekerjaan konsumen di Kabupaten Tulungagung yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.4

Tingkat Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase(%)
1.	Pelajar (SMA)	5	15%
2.	Mahasiswa	4	12%
3.	Polisi	3	8%
4.	PNS	5	15%
5.	Pejabat Desa	4	12%
6.	Karyawan Swasta	3	8%
7.	Petani	1	3%
8.	Pedagang	1	3%
9.	Sales	4	12%
10.	Ibu Rumah Tangga	4	12%
	Jumlah	34	100%

Sumber: Data kuesioner yang diolah

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa konsumen daring di Kabupaten Tulungagung yang diambil sebagai responden berdasarkan pekerjaan yaitu jumlah pelajar (SMA) sebanyak 5 orang atau 15%, untuk mahasiswa sebanyak 4 orang atau 12%, polisi sebanyak 3 orang atau 8%, PNS sebanyak 5 orang atau 15%, pejabat

desa sebanyak 4 orang atau 12%, karyawan swasta sebanyak 3 orang atau 8%, petani sebanyak 1 orang atau 3%, pedagang sebanyak 1 orang atau 3%, sales sebanyak 4 orang atau 12%, dan ibu rumah tangga sebanyak 4 orang atau 12%.

C. Deskripsi Variabel

Kuesioner atau angket yang telah diberikan kepada responden terdiri dari 16 item pertanyaan yang dibagi menjadi 5 kategori yaitu:

1. 4 pertanyaan digunakan untuk mengetahui pengaruh komitmen (X_1)
2. 3 pertanyaan digunakan untuk mengetahui pengaruh empati (X_2)
3. 3 pertanyaan digunakan untuk mengetahui pengaruh timbal balik (X_3)
4. 3 pertanyaan digunakan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan (X_4)
5. 3 pertanyaan digunakan untuk mengetahui kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dari lima variabel yang diajukan dapat diketahui mengenai tanggapan konsumen di Kabupaten Tulungagung.

1. Variabel komitmen

Tabel 4.5

Komitmen (X_1)

Bobot	Skor	Jumlah	Presentase%
Sangat Setuju	5	36	26%
Setuju	4	65	48%
Ragu-ragu	3	28	21%
Tidak Setuju	2	7	5%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber: Data kuesioner yang diolah

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa jawaban pada variabel komitmen dari 136 hasil jawaban responden terdapat 36 jawaban atau 26%

menyatakan sangat setuju, 65 jawaban atau 48% menyatakan setuju, 28 jawaban atau 21% menyatakan ragu-ragu, 7 jawaban atau 5% menyatakan tidak setuju, dan 0 untuk jawaban sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa responden lebih banyak memilih jawaban setuju yang berarti responden setuju bahwa toko *online* telah menerapkan sikap komitmen seperti menjaga kualitas produk, bertanggung jawab dan akan mengganti rugi atas kerusakan produk,

2. Variabel empati

Tabel 4.6

Empati (X₂)

Bobot	Skor	Jumlah	Presentase%
Sangat Setuju	5	9	9%
Setuju	4	67	66%
Ragu-ragu	3	22	21%
Tidak Setuju	2	4	4%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber: Data kuesioner yang diolah

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa jawaban pada variabel empati dari 102 hasil jawaban responden terdapat 9 jawaban atau 9% menyatakan sangat setuju, 67 jawaban atau 66% menyatakan setuju, 22 jawaban atau 21% menyatakan ragu-ragu, 4 jawaban atau 5% menyatakan tidak setuju, dan 0 untuk jawaban sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa responden lebih banyak memilih jawaban setuju yang berarti responden setuju bahwa di toko *online* tempat mereka belanja bersikap empati seperti memahami kebutuhan dan keluhan pelanggan serta memberikan informasi produk secara transparan.

3. Variabel timbal balik

Tabel 4.7**Timbal balik (X₃)**

Bobot	Skor	Jumlah	Presentase%
Sangat Setuju	5	3	3%
Setuju	4	71	70%
Ragu-ragu	3	22	21%
Tidak Setuju	2	6	6%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber: Data kuesioner yang diolah

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa jawaban pada variabel kepercayaan dari 102 hasil jawaban responden terdapat 3 jawaban atau 3% menyatakan sangat setuju, 71 jawaban atau 70% menyatakan setuju, 22 jawaban atau 21% menyatakan ragu-ragu, 6 jawaban atau 6% menyatakan tidak setuju, dan 0 untuk jawaban sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa responden lebih banyak memilih jawaban setuju yang berarti responden setuju bahwa di toko *online* tempat mereka belanja menerima kritik dan saran dari konsumen serta mengatasinya dengan baik.

4. Variabel kepercayaan

Tabel 4.8**Kepercayaan (X₄)**

Bobot	Skor	Jumlah	Presentase%
Sangat Setuju	5	17	17%
Setuju	4	55	54%
Ragu-ragu	3	26	25%
Tidak Setuju	2	4	4%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber: Data kuesioner yang diolah

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa jawaban pada variabel kepercayaan dari 102 hasil jawaban responden terdapat 17 jawaban atau 17%

menyatakan sangat setuju, 55 jawaban atau 54% menyatakan setuju, 26 jawaban atau 25% menyatakan ragu-ragu, 4 jawaban atau 4% menyatakan tidak setuju, dan 0 untuk jawaban sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa responden lebih banyak memilih jawaban setuju yang berarti responden percaya bahwa di toko *online* tempat mereka belanja tetap menjaga kualitas produk dan memberikan informasi dengan jujur.

5. Variabel kepuasan konsumen

Tabel 4.9

Kepuasan konsumen (Y)

Bobot	Skor	Jumlah	Presentase%
Sangat Setuju	5	20	20%
Setuju	4	47	46%
Ragu-ragu	3	28	27%
Tidak Setuju	2	7	7%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber: Data kuesioner yang diolah

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa jawaban pada variabel Kepuasan konsumen dari 102 hasil jawaban responden terdapat 20 jawaban atau 20% menyatakan sangat setuju, 47 jawaban atau 46% menyatakan setuju, 28 jawaban atau 27% menyatakan ragu-ragu, 7 jawaban atau 7% menyatakan tidak setuju, dan 0 untuk jawaban sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa responden merasa puas dengan komitmen, empati, timbal balik dan kepercayaan yang diberikan oleh toko *online* sudah sesuai dengan keinginan konsumen.

D. Pengujian Hipotesis

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner. Dalam penelitian ini validitas dianalisis dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka kuesioner tersebut dikatakan valid. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 34 dengan alpha sebesar 5%, maka hasil nilai r_{tabel} sebesar 0,329.

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Komitmen (X₁)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,769	0,329	Valid
X1.2	0,830	0,329	Valid
X1.3	0,811	0,329	Valid
X1.4	0,416	0,329	Valid

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 22.0

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas, diketahui bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dari komitmen yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Empati (X₂)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,538	0,329	Valid
X2.2	0,627	0,329	Valid
X2.3	0,842	0,329	Valid

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 22.0

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas, diketahui bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dari empati yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Timbal Balik (X₃)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,822	0,329	Valid
X3.2	0,772	0,329	Valid
X3.3	0,871	0,329	Valid

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 22.0

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas, diketahui bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dari timbal balik yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.13

Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X₄)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X4.1	0,849	0,329	Valid
X4.2	0,865	0,329	Valid
X4.3	0,865	0,329	Valid

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 22.0

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas, diketahui bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dari kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.14**Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)**

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,917	0,329	Valid
Y.2	0,766	0,329	Valid
Y.3	0,921	0,329	Valid

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 22.0

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas, diketahui bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dari kepuasan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Dalam penelitian ini, berarti semua item pertanyaan dalam instrumen sudah memenuhi persyaratan validitas secara statistik.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.³ Uji signifikansi dilakukan pada taraf signifikansi 0,05 artinya suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.60 . *Cronbach Alpha* yang baik adalah yang makin mendekati 1.

Berdasarkan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS 22.0 hasilnya yaitu:

³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisa Multivariat dengan Program SPSS, ...*, hal 47

Tabel 4.15**Hasil Uji Reliabilitas Komitmen (X₁)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.788	5

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 22.0

Berdasarkan pengujian di atas diketahui bahwa nilai *Croanbach's Alpha* variabel komitmen lebih besar dari 0,60 yaitu $0,788 > 0,60$, ini berarti variabel komitmen dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.16**Hasil Uji Reliabilitas Empati (X₂)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.760	4

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 22.0

Berdasarkan pengujian di atas diketahui bahwa nilai *Croanbach's Alpha* variabel empati lebih besar dari 0,60 yaitu $0,760 > 0,60$, ini berarti variabel empati dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.17**Hasil Uji Reliabilitas Timbal balik (X₃)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.835	4

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 22.0

Berdasarkan pengujian di atas diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel timbal balik lebih besar dari 0,60 yaitu $0,835 > 0,60$, ini berarti variabel timbal balik dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.18

Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan (X₄)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.850	4

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 22.0

Berdasarkan pengujian di atas diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel kepercayaan lebih besar dari 0,60 yaitu $0,850 > 0,60$, ini berarti variabel kepercayaan dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.19

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen Daring (X₄)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.853	4

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 22.0

Berdasarkan pengujian di atas diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel kepuasan konsumen lebih besar dari 0,60 yaitu $0,853 > 0,60$, ini berarti variabel kepuasan konsumen dapat dikatakan reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk memastikan apakah data tersebut bersifat normal atau tidak, dengan asumsi sebagai berikut:

H_0 = Data tidak berdistribusi normal

H_1 = Data berdistribusi normal

Dengan menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Terima H_1 jika nilai signifikan $> 0,05$ dan tolak H_0 jika nilai signifikan $< 0,05$. Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan *SPSS. 22*:

Tabel 4.20

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.20336971
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.081
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer, diolah *SPSS 22.0*

Dari tabel *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* nilai Sig untuk komitmen, empati, timbal balik, kepercayaan, dan kepuasan konsumen adalah 0,200 maka $0,200 > 0,05$ yang berarti terima H_1 sehingga data berdistribusi normal.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu kondisi di mana terjadi korelasi signifikan antara variabel bebasnya. Apabila nilai variance inflation factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model tersebut terbebas dari multikolinieritas.⁴ Berikut hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan SPSS.22:

Tabel 4.21

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4.236	2.095			
	KOMITMEN	.395	.138	.404	.516	1.939
	EMPATI	.216	.091	.202	.603	1.658
	TIMBAL BALIK	.254	.090	.228	.674	1.484
	KEPERCAYAAN	.373	.164	.328	.491	2.036

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 22.0

Berdasarkan tabel *Coefficients* di atas nilai VIF untuk variabel komitmen adalah 1,939, variabel empati sebesar 1,658, variabel timbal balik sebesar 1,484, dan variabel kepercayaan sebesar 2,036, yang

⁴ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan Spss Edisi Pertama, ...*, hal79

berarti semua variabel independen terbebas dari multikolinieritas karena hasilnya < 10 .

b. Uji Heterokedastisitas

Untuk memprediksi ada atau tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilakukan dengan cara melihat pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terdapat heterokedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.⁵

Berikut hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan *SPSS.22*

⁵ Sujarweni Wiratna, *SPSS untuk Penelitian, ...*, hal 186

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.22

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.236	2.095		-2.022	.052
	KOMITMEN	.395	.138	.404	2.874	.008
	EMPATI	.216	.091	.202	2.376	.019
	TIMBAL BALIK	.254	.090	.228	2.830	.005
	KEPERCAYAAN	.373	.164	.328	2.274	.031

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
 Sumber: Data Primer, diolah SPSS 22.0

Dari tabel *coefficients* diperoleh persamaan regresi linier berganda dengan hasil sebagai berikut:

$$Y_1 = -4,236 + 0,395X_1 + 0,216X_2 + 0,254X_3 + 0,373X_4 + e$$

Persamaan regresi berganda di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar -4,236 menunjukkan bahwa jika komitmen, empati, timbal balik dan kepercayaan tidak ada maka kepuasan konsumen akan bernilai sebesar -4,236 satuan.
- b. Koefisien regresi komitmen (X_1) sebesar 0,395 menyatakan bahwa setiap penambahan (tanda positif) dengan satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,395 dengan asumsi variabel-variabel bebas lainnya konstan.

- c. Koefisien regresi empati (X_2) sebesar 0,216 menyatakan bahwa setiap penambahan (tanda positif) dengan satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,363 dengan asumsi variabel-variabel bebas lainnya konstan.
- d. Koefisien regresi timbal balik (X_3) sebesar 0,254 menyatakan bahwa setiap penambahan (tanda positif) dengan satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,244 dengan asumsi variabel-variabel bebas lainnya konstan.
- e. Koefisien regresi kepercayaan (X_4) sebesar 0,373 menyatakan bahwa setiap penambahan (tanda positif) dengan satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,373 dengan asumsi variabel-variabel bebas lainnya konstan.

6. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel bebas (komitmen, empati, timbal balik, kepercayaan) lebih besar dari t_{hitung} maka variabel bebas tersebut secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H_0 = tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 = ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jika signifikan nilai $t < 0,05$ maka ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya tolak H_0

terima H_1 . Begitu juga sebaliknya, jika signifikan nilai $t > 0,05$ maka tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, artinya terima H_0 tolak H_1 .⁶

Tabel 4.23

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.236	2.095		-2.022	.052
	KOMITMEN	.395	.138	.404	2.874	.008
	EMPATI	.216	.091	.202	2.376	.019
	TIMBAL BALIK	.254	.090	.228	2.830	.005
	KEPERCAYAAN	.373	.164	.328	2.274	.031

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
Sumber: Data Primer, diolah SPSS 22.0

Berdasarkan hasil uji t di atas variabel komitmen, empati, timbal balik dan kepercayaan $< 0,05$ yang berarti signifikan dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana t_{tabel} sebesar 2,045 (dari perhitungan jumlah responden – jumlah variabel = 34-5=29).

1) Pengaruh komitmen (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Dalam analisis regresi secara parsial nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,874 > 2,045$ dan $sig\ 0,008 < 0,05$ maka tolak H_0 dan terima H_1 .

⁶ Hartono, *SPSS 16.0 Analisis Data Statistik dan Penelitian, ...*, hal 146

Ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara komitmen terhadap kepuasan konsumen di Kabupaten Tulungagung.

2) Pengaruh empati (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Dalam analisis regresi secara parsial nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,376 > 2,045$ dan $sig\ 0,019 < 0,05$ maka tolak H_0 dan terima H_1 .

Ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara empati terhadap kepuasan konsumen di Kabupaten Tulungagung.

3) Pengaruh timbal balik (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Dalam analisis regresi secara parsial nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,830 > 2,045$ dan $sig\ 0,005 < 0,05$ maka tolak H_0 dan terima H_1 .

Ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara timbal balik terhadap kepuasan konsumen di Kabupaten Tulungagung.

4) Pengaruh kepercayaan (X_4) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Dalam analisis regresi secara parsial nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,274 > 2,045$ dan $sig\ 0,031 < 0,05$ maka tolak H_0 dan terima H_1 .

Ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap kepuasan konsumen di Kabupaten Tulungagung.

Jadi berdasarkan uji t di atas dapat disimpulkan bahwa 4 variabel independen (komitmen, empati, timbal balik, dan kepercayaan) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kabupaten Tulungagung.

b. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi untuk menguji besarnya pengaruh yang diberikan variabel independen (komitmen, empati, timbal balik dan kepercayaan) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Jika nilai koefisien determinasi sama dengan satu, berarti garis regresi yang terbentuk cocok secara sempurna dengan nilai observasi yang diperoleh.

Tabel 4.24

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.839 ^a	.705	.664	1.284	2.217

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.17 dapat diketahui bahwa nilai *R square* atau koefisien determinasi sebesar 0,705 dan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,664 atau 66,4%, artinya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel komitmen, empati, timbal balik, kepercayaan sebesar 66,4% sedangkan 33,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

