

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Rocket Chicken

Rocket Chicken merupakan perusahaan kemitraan yang bergerak dibidang *fast food restaurant*, dengan produk-produk unggulan yaitu *fried chicken, burger, steak, dan chinese food* dengan konsep menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, dan halal dengan cita rasa yang khas dan terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang diolah dengan bumbu-bumbu pilihan.

Melalui perjalanan panjang yang diawali pada 21 Februari 2010 atau berdirinya Rocket Chicken, yang akhirnya dapat mendirikan gerai-gerai *fast food* dengan nama Rocket Chicken di beberapa kota di Indonesia. Keunggulan dari Rocket Chicken dengan membidik pangsa pasar yang luas dengan harga yang terjangkau, mampu membuka cabang-cabang hingga ke kota-kota kecil dengan didukung sistem manajemen yang baik dan berkualitas serta teruji yang dapat menjadikan Rocket Chicken sebagai usaha yang memiliki *brand awarnes* tinggi, bersifat perospektif, dan *marketable*.¹⁰² Saat ini pada tahun 2019, terdapat 400 cabang gerai Rocket Chicken di seluruh Inonesia dan 3 cabang terdapat di

¹⁰² Rocket Chicken Indonesia, <https://www.RocketChickenIndonesia.co.id/about>, diakses pada tanggal 12 Oktober 2019 Pukul 20.15

Kabupaten Tulungagung antara lain terdapat di Kecamatan Tulungagung, Kecamatan Kauman dan Kecamatan Bandung.¹⁰³

Rocket Chicken Tulungagung cabang Jepun didirikan pada September 2018 dengan 10 karyawan dan satu pengelola. Pengunjung Rocket Chicken Jepun saat ini telah mencapai ratusan bahkan ribuan pengunjung dalam satu bulan. Dengan pelayanan yang ramah, harga yang terjangkau, lokasi yang steril dan strategis, mampu menarik perhatian konsumen dan calon konsumen datang di gerai Rocket Chicken untuk menikmati produk dan jasa yang telah ditawarkan oleh pihak Rocket Chicken, yang mana hal ini memiliki dampak positif terhadap kepuasan para konsumen.

Visi dari Rocket Chicken Tulungagung cabang Jepun adalah membangun jaringan *fastfood* yang baik, menyediakan makanan bergizi sehat dan halal, mengembangkan *research* dan *development* serta *food* dan *baverage*. Sedangkan misi-misinya adalah membangkitkan jiwa-jiwa pengusaha, membuka peluang usaha bagi pengusaha muda, mencapai kesuksesan bersama seluruh pihak yang terlibat dalam Rocket Chicken, membuka lapangan pekerjaan yang luas, dan melaksanakan serta mematuhi program pemerintah setempat maupun pemerintah pusat.¹⁰⁴

¹⁰³ Wawancara Dengan Mas Rouf Selaku Pengelola ke-2 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Jepun, pada 10 Juli 2019 pk. 11.30 WIB

¹⁰⁴ Rocket Chicken Indonesia, <https://www.RocketChickenIndonesia.co.id/about>, diakses pada tanggal 12 Oktober 2019 Pukul 20.45WIB

B. Deskripsi Responden

Untuk mempermudah peneliti dalam mengidentifikasi responden pada penelitian ini, maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik-karakteristik dari responden terkait antara lain adalah sebagai berikut:

1. Deskripsi responden berdasarkan usia dan jenis kelamin

Responden yang menjadi sampel adalah konsumen di gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Jepun sebanyak 99 responden, dengan menggunakan tejuk penarikan sampel *accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan terhadap responden yang secara kebetulan ditemui pada obyek penelitian ketika observasi sedang berlangsung. Berikut ini penjabaran responden.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki-laki	43	40%
Perempuan	56	60%
Total	99	100%

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan data dalam tabel 3.1 di atas tampak bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini perempuan sebanyak 56 (60%) responden dan sisanya 43 (40%) adalah laki-laki. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Frekuensi	Prosentase
10-20	33	30%
21-30	56	60%
31-40	10	10%
41-50	0	0%
Total	99	100%

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden yang memiliki usia 10-20 tahun memiliki persentase terbesar 30%, pada usia 21-30 tahun memiliki persentase sebesar 60%, pada usia 31-40 tahun memiliki persentase sebesar 10% dan pada usia 41-50 tahun presentase sebesar 0% dari keseluruhan responden yang berjumlah 99.

2. Deskriptor Responden Berdasarkan Profesi

Berikut merupakan data mengenai profesi dari para konsumen Rocket Chicken Tulungagung cabang Jepun:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

No.	Jenis Profesi	Jumlah	Persen (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	68	69%
2	PNS	2	2%
3	Swasta	20	20%
4	Wiraswasta	2	2%
5	Petani	2	2%
6	Lain-lain	5	5%
Total		99	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa konsumen yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa adalah 68 (69%), PNS 2 (2%), swasta 20 (20%), wiraswasta 2 (2%), petani 2 (2%), dan lain-lain 5 (5%). Dengan demikian pelajar/mahasiswa mendominasi dibandingkan profesi-profesi lain dalam melakukan pembelian atau pengonsumsi produk Rocket Chicken Tulungagung cabang Jepun, ditunjukkan dengan nilai prosentase sebesar 69%.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Angket yang telah peneliti sebarkan kepada responden terdiri atas 25 item pertanyaan yang terbagi dalam 4 kategori yaitu:

1. Lima pertanyaan digunakan untuk variabel harga (X1)
2. Tujuh pertanyaan digunakan untuk variabel kualitas produk (X2)
3. Enam pertanyaan digunakan untuk variabel kualitas pelayanan (X3)
4. Tujuh pertanyaan digunakan untuk variabel kepuasan konsumen (Y)

Hasil yang dapat diperoleh dari jawaban responden tersebut akan dipaparkan sebagai berikut:

1. Variabel Harga

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga

Deskripsi variabel harga (X1.1)

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	5.1	5.1	5.1
3	25	25.3	25.3	30.3
4	53	53.5	53.5	83.8

5	16	16.2	16.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 16%, setuju sebesar 53%, netral sebesar 25%, tidak setuju sebesar 5%, dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan pertama pada variabel harga ditandai dengan nilai 53% responden memilih jawaban setuju.

Tabel 4.5 Deskripsi variabel harga (X1.2)

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	9	9.1	9.1	9.1
3	27	27.3	27.3	36.4
4	52	52.5	52.5	88.9
5	11	11.1	11.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 11%, setuju sebesar 53%, netral sebesar 27%, tidak setuju sebesar 9%, dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan ke-2 pada variabel harga ditandai dengan nilai 53% responden memilih jawaban setuju.

Tabel 4.6 Deskripsi variabel harga (X1.3)**X1.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	8	8.1	8.1	9.1
3	33	33.3	33.3	42.4
4	46	46.5	46.5	88.9
5	11	11.1	11.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 11%, setuju sebesar 46%, netral sebesar 33%, tidak setuju sebesar 8%, dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan ke-3 pada variabel harga ditandai dengan nilai 56% responden memilih jawaban setuju.

Tabel 4.7 Deskripsi variabel harga (X1.4)**X1.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	14	14.1	14.1	14.1
3	34	34.3	34.3	48.5
4	39	39.4	39.4	87.9
5	12	12.1	12.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 12%, setuju sebesar 39%, netral sebesar 34%, tidak setuju sebesar 14%, dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan ke-4 pada variabel harga ditandai dengan nilai 39% responden memilih jawaban setuju.

Tabel 4.8 Deskripsi variabel harga (X1.5)

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	15	15.2	15.2	15.2
3	34	34.3	34.3	49.5
4	42	42.4	42.4	91.9
5	8	8.1	8.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 8%, setuju sebesar 42%, netral sebesar 34%, tidak setuju sebesar 15%, dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan ke-5 pada variabel harga ditandai dengan nilai 42% responden memilih jawaban setuju.

Tabel dibawah ini merupakan tabel analisis deskriptif variabel harga berdasarkan nilai maksimum, nilai minimum, std. error mean dan std. Deviasi.

Tabel 4.9 Deskripsi variabel harga

		Statistics				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
N	Valid	99	99	99	99	99
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.81	3.66	3.59	3.49	3.43
Std. Error of Mean		.077	.080	.084	.089	.085
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4
Std. Deviation		.765	.797	.833	.885	.847
Minimum		2	2	1	2	2
Maximum		5	5	5	5	5

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jawaban paling sering dari responden adalah setuju.

2. Variabel kualitas produk

Tabel 4.10 Deskripsi variabel kualitas produk (X2.1)

X2.1				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	8	8.1	8.1	8.1
3	37	37.4	37.4	45.5
4	36	36.4	36.4	81.8
5	18	18.2	18.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 18%, setuju sebesar 36%, netral sebesar 37%, tidak setuju sebesar 8%, dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih netral

dalam item pertanyaan pertama pada variabel kualitas produk ditandai dengan nilai 37% responden memilih jawaban netral.

Tabel 4.11 Deskripsi variabel kualitas produk (X2.2)

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	11	11.1	11.1	13.1
3	29	29.3	29.3	42.4
4	42	42.4	42.4	84.8
5	15	15.2	15.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 15%, setuju sebesar 42%, netral sebesar 29%, tidak setuju sebesar 11%, dan sangat tidak setuju sebesar 2%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan ke-2 pada variabel kualitas produk ditandai dengan nilai 42% responden memilih jawaban setuju.

Tabel 4.12 Deskripsi variabel kualitas produk (X2.3)

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	5.1	5.1	5.1
3	21	21.2	21.2	26.3
4	47	47.5	47.5	73.7

5	26	26.3	26.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 26%, setuju sebesar 47%, netral sebesar 21%, tidak setuju sebesar 5%, dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan ke-3 pada variabel kualitas produk ditandai dengan nilai 47% responden memilih jawaban setuju.

Tabel 4.13 Deskripsi variabel kualitas produk (X2.4)

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	9	9.1	9.1	9.1
3	37	37.4	37.4	46.5
4	38	38.4	38.4	84.8
5	15	15.2	15.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 15%, setuju sebesar 38%, netral sebesar 37%, tidak setuju sebesar 9%, dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan ke-4 pada variabel kualitas produk ditandai dengan nilai 38% responden memilih jawaban setuju.

Tabel 4.14 Deskripsi variabel kualitas produk (X2.5)**X2.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	9	9.1	9.1	9.1
	3	37	37.4	37.4	46.5
	4	38	38.4	38.4	84.8
	5	15	15.2	15.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 15%, setuju sebesar 38%, netral sebesar 37%, tidak setuju sebesar 9%, dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan ke-5 pada variabel kualitas produk ditandai dengan nilai 38% responden memilih jawaban setuju.

Tabel 4.15 Deskripsi variabel kualitas produk (X2.6)**X2.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	11	11.1	11.1	13.1
	3	35	35.4	35.4	48.5
	4	36	36.4	36.4	84.8
	5	15	15.2	15.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 15%, setuju sebesar 36%, netral sebesar 35%, tidak setuju sebesar 11%, dan sangat tidak setuju sebesar 2%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan ke-6 pada variabel kualitas produk ditandai dengan nilai 36% responden memilih jawaban setuju.

Tabel 4.16 Deskripsi variabel kualitas produk (X2.7)

X2.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	17	17.2	17.2	17.2
3	44	44.4	44.4	61.6
4	32	32.3	32.3	93.9
5	6	6.1	6.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 6%, setuju sebesar 32%, netral sebesar 44%, tidak setuju sebesar 17%, dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih netral dalam item pertanyaan ke-7 pada variabel kualitas produk ditandai dengan nilai 44% responden memilih jawaban netral.

Tabel dibawah ini merupakan tabel analisis deskriptif variabel harga berdasarkan nilai maksimum, nilai minimum, mean, median, dan std. Deviasi.

Tabel 4.17 Deskripsi variabel kualitas produk

		Statistics						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7
N	Valid	99	99	99	99	99	99	99
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.65	3.58	3.95	3.60	3.60	3.52	3.27
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00
Std. Deviation		.873	.949	.825	.856	.856	.952	.818
Minimum		2	1	2	2	2	1	2
Maximum		5	5	5	5	5	5	5

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jawaban paling sering dari responden adalah setuju.

3. Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4.18 Deskripsi variabel kualitas pelayanan (X3.1)

		X3.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	5	5.1	5.1	6.1
	3	33	33.3	33.3	39.4
	4	45	45.5	45.5	84.8
	5	15	15.2	15.2	100.0
Total		99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 15%, setuju sebesar 45%, netral sebesar 33%, tidak setuju sebesar 5%, dan sangat tidak setuju sebesar 1%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan pertama pada variabel kualitas pelayanan ditandai dengan nilai 45% responden memilih jawaban setuju.

Tabel 4.19 Deskripsi variabel kualitas pelayanan (X3.2)

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	10	10.1	10.1	12.1
3	35	35.4	35.4	47.5
4	42	42.4	42.4	89.9
5	10	10.1	10.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 10%, setuju sebesar 42%, netral sebesar 35%, tidak setuju sebesar 10%, dan sangat tidak setuju sebesar 2%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan ke-2 pada variabel kualitas pelayanan ditandai dengan nilai 42% responden memilih jawaban setuju.

Tabel 4.20 Deskripsi variabel kualitas pelayanan (X3.3)

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	13	13.1	13.1	16.2
	3	37	37.4	37.4	53.5
	4	33	33.3	33.3	86.9
	5	13	13.1	13.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 13%, setuju sebesar 33%, netral sebesar 37%, tidak setuju sebesar 13%, dan sangat tidak setuju sebesar 3%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih netral dalam item pertanyaan ke-3 pada variabel kualitas pelayanan ditandai dengan nilai 37% responden memilih jawaban netral.

Tabel 4.21 Deskripsi variabel kualitas pelayanan (X3.4)

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	13	13.1	13.1	13.1
	3	35	35.4	35.4	48.5
	4	39	39.4	39.4	87.9
	5	12	12.1	12.1	100.0
		Total	99	100.0	100.0

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 12%, setuju sebesar 39%, netral sebesar 35%, tidak setuju sebesar 13%, dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan ke-4 pada variabel kualitas pelayanan ditandai dengan nilai 39% responden memilih jawaban setuju.

Tabel 4.22 Deskripsi variabel kualitas pelayanan (X3.5)

X3.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	11	11.1	11.1	11.1
3	36	36.4	36.4	47.5
4	38	38.4	38.4	85.9
5	14	14.1	14.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 14%, setuju sebesar 38%, netral sebesar 36%, tidak setuju sebesar 11%, dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan ke-5 pada variabel kualitas pelayanan ditandai dengan nilai 38% responden memilih jawaban setuju.

Tabel 4.23 Deskripsi variabel kualitas pelayanan (X3.6)

X3.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	12	12.1	12.1	14.1
3	42	42.4	42.4	56.6
4	30	30.3	30.3	86.9
5	13	13.1	13.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 13%, setuju sebesar 30%, netral sebesar 42%, tidak setuju sebesar 12%, dan sangat tidak setuju sebesar 2%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih netral dalam item pertanyaan ke-6 pada variabel kualitas pelayanan ditandai dengan nilai 42% responden memilih jawaban netral.

Tabel dibawah ini merupakan tabel analisis deskriptif variabel harga berdasarkan nilai maksimum, nilai minimum, mean, median, modus, std. Error mean dan std. Deviasi.

Tabel 4.24 Deskripsi variabel kualitas pelayanan

Statistics

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
N Valid	99	99	99	99	99	99
Missing	0	0	0	0	0	0
Mean	3.69	3.48	3.40	3.51	3.56	3.40

Std. Error of Mean	.083	.089	.098	.088	.088	.094
Median	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00
Mode	4	4	3	4	4	3
Std. Deviation	.829	.885	.979	.873	.872	.936
Minimum	1	1	1	2	2	1
Maximum	5	5	5	5	5	5

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jawaban paling sering dari responden adalah setuju.

4. Variabel Kepuasan Konsumen

Tabel 4.25 Deskripsi variabel kepuasan konsumen (Y1.1)

		Y1.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	5	5.1	5.1	6.1
	3	32	32.3	32.3	38.4
	4	41	41.4	41.4	79.8
	5	20	20.2	20.2	100.0
Total		99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 20%, setuju sebesar 41%, netral sebesar 32%, tidak setuju sebesar 5%, dan sangat tidak setuju sebesar 1%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan pertama pada variabel kepuasan konsumen ditandai dengan nilai 41% responden memilih jawaban setuju.

Tabel 4.26 Deskripsi variabel kepuasan konsumen (Y1.2)**Y1.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	30	30.3	30.3	33.3
	3	23	23.2	23.2	56.6
	4	32	32.3	32.3	88.9
	5	11	11.1	11.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 11%, setuju sebesar 32%, netral sebesar 23%, tidak setuju sebesar 30%, dan sangat tidak setuju sebesar 3%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan ke-2 pada variabel kepuasan konsumen ditandai dengan nilai 32% responden memilih jawaban setuju.

Tabel 4.27 Deskripsi variabel kepuasan konsumen (Y1.3)**Y1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	12	12.1	12.1	13.1
	3	49	49.5	49.5	62.6
	4	21	21.2	21.2	83.8
	5	16	16.2	16.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 16%, setuju sebesar 21%, netral sebesar 49%, tidak setuju sebesar 12%, dan sangat tidak setuju sebesar 1%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih netral dalam item pertanyaan ke-3 pada variabel kepuasan konsumen ditandai dengan nilai 49% responden memilih jawaban netral.

Tabel 4.28 Deskripsi variabel kepuasan konsumen (Y1.4)

Y1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	8	8.1	8.1	8.1
3	45	45.5	45.5	53.5
4	33	33.3	33.3	86.9
5	13	13.1	13.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 13%, setuju sebesar 33%, netral sebesar 45%, tidak setuju sebesar 8%, dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih netral dalam item pertanyaan ke-4 pada variabel kepuasan konsumen ditandai dengan nilai 45% responden memilih jawaban netral.

Tabel 4.29 Deskripsi variabel kepuasan konsumen (Y1.5)

Y1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	13	13.1	13.1	14.1
	3	29	29.3	29.3	43.4
	4	45	45.5	45.5	88.9
	5	11	11.1	11.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 11%, setuju sebesar 45%, netral sebesar 29%, tidak setuju sebesar 13%, dan sangat tidak setuju sebesar 1%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan ke-5 pada variabel kepuasan konsumen ditandai dengan nilai 45% responden memilih jawaban setuju.

Tabel 4.30 Deskripsi variabel kepuasan konsumen (Y1.6)

Y1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	15	15.2	15.2	17.2
	3	40	40.4	40.4	57.6
	4	31	31.3	31.3	88.9
	5	11	11.1	11.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 11%, setuju sebesar 31%, netral sebesar 40%, tidak setuju sebesar 15%, dan sangat tidak setuju sebesar 2%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih netral dalam item pertanyaan ke-6 pada variabel kepuasan konsumen ditandai dengan nilai 40% responden memilih jawaban netral.

Tabel 4.31 Deskripsi variabel kepuasan konsumen (Y1.7)

Y1.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	8	8.1	8.1	9.1
3	36	36.4	36.4	45.5
4	46	46.5	46.5	91.9
5	8	8.1	8.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memilih untuk menjawab sangat setuju sebesar 8%, setuju sebesar 46%, netral sebesar 36%, tidak setuju sebesar 8%, dan sangat tidak setuju sebesar 1%. Artinya dari 99 responden, rata-rata responden memilih setuju dalam item pertanyaan ke-7 pada variabel kepuasan konsumen ditandai dengan nilai 46% responden memilih jawaban setuju.

Tabel dibawah ini merupakan tabel analisis deskriptif variabel harga berdasarkan nilai maksimum, nilai minimum, mean, median, modus, std. Error mean dan std. Deviasi

Tabel 4.32 Deskripsi variabel kepuasan konsumen

		Statistics						
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7
N	Valid	99	99	99	99	99	99	99
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.75	3.18	3.39	3.52	3.53	3.34	3.53
Std. Error of Mean		.088	.109	.094	.083	.090	.094	.080
Median		4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00
Mode		4	4	3	3	4	3	4
Std. Deviation		.873	1.082	.935	.825	.896	.939	.800
Minimum		1	1	1	2	1	1	1
Maximum		5	5	5	5	5	5	5

Sumber: data kuesioner yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jawaban paling sering dari responden adalah setuju.

D. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji masing-masing variabel dalam penelitian yang diwakili oleh 25 item pernyataan yang dijawab oleh responden. Keterkaitan antara butir pernyataan yang satu dengan butir pertanyaan yang lainnya dicerminkan oleh korelasi jawaban antar pernyataan. Pernyataan tidak valid yaitu jika korelasi antar butir pernyataan rendah. Metode yang sering digunakan untuk memberikan

penilaian tentang validitas kuesioner adalah korelasi produk momen (*Pearson Product Moment*) dengan hasil r_{tabel} sebesar 0,1985.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian validitas harga adalah sebagai berikut:

Tabel 4.33 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel	Nomor Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
Harga (X1)	1	0,655	0,1985	Valid
	2	0,732	0,1985	Valid
	3	0,704	0,1985	Valid
	4	0,712	0,1985	Valid
	5	0,601	0,1985	Valid
Kualitas Produk (X2)	1	0,547	0,1985	Valid
	2	0,522	0,1985	Valid
	3	0,563	0,1985	Valid
	4	0,644	0,1985	Valid
	5	0,697	0,1985	Valid
	6	0,571	0,1985	Valid
	7	0,547	0,1985	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	1	0,623	0,1985	Valid
	2	0,667	0,1985	Valid
	3	0,620	0,1985	Valid
	4	0,530	0,1985	Valid
	5	0,669	0,1985	Valid
	6	0,582	0,1985	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	1	0,586	0,1985	Valid
	2	0,609	0,1985	Valid
	3	0,602	0,1985	Valid
	4	0,645	0,1985	Valid

	5	0,444	0,1985	Valid
	6	0,561	0,1985	Valid
	7	0,498	0,1985	Valid

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS 16.00

Berdasarkan tabel 4.33 diatas, seluruh item adalah valid karena nilai *Pearson Correlation* lebih besar dibanding 0,1985.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan skala keajekan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian yang dilakukan.

Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1 yang dikelompokkan kedalam lima kelas dengan reng yang sama, yaitu:

- a. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliable.
- b. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliable.
- c. Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliable.
- d. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliable.
- e. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliable.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian reliabilitas data adalah sebagai berikut:

Tabel 4.34 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.711	5

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.34, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,711 yang berarti bahwa pernyataan dari variabel harga (X_1) adalah reliabel karena angka *Cronbach's Alpha* $0,711 > 0,61$

Tabel 4.35 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.675	7

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.35, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,675 yang berarti bahwa pernyataan dari variabel kualitas produk (X_2) adalah reliabel karena angka *Cronbach's Alpha* $0,675 > 0,61$

Tabel 4.36 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.662	6

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.36, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,662 yang berarti bahwa pernyataan dari variabel kualitas pelayanan (X_3) adalah reliabel karena angka *Cronbach's Alpha* $0,662 > 0,61$

Tabel 4.37 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.623	7

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.37, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,623 yang berarti bahwa pernyataan dari variabel kepuasan konsumen (Y) adalah reliabel karena angka *Cronbach's Alpha* $0,623 > 0,61$.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas residual yaitu dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*, dengan asumsi data dikatakan normal jika setiap variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Berikut ini adalah hasil pengujian dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*.

Tabel 4.38 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.96989949
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.037
Kolmogorov-Smirnov Z		.601
Asymp. Sig. (2-tailed)		.863

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Dari tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas atau *Asymp.Sig (2-tailed)*. Dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Terima H_1 jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan tolak H_0 jika nilai signifikansi $< 0,05$.

H_0 = Data tidak berdistribusi normal

H_1 = Data berdistribusi normal

Nilai sig pada tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* untuk harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah 0,863 maka lebih besar dari 0,05 ($0,863 > 0,05$) sehingga berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas tujuannya yaitu untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, dikatakan adanya multikolinieritas jika

nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari adanya multikolinieritas.

Tabel 4.39 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.071	.701		-.102	.919		
Harga (X1)	.302	.080	.215	3.772	.000	.268	3.732
Kualitas Produk (X2)	.258	.073	.270	3.558	.001	.150	6.648
Kualitas Pelayanan (X3)	.586	.081	.507	7.268	.000	.178	5.617

a. Dependent Variable:
Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.39, diketahui bahwa nilai VIF variabel harga (X₁) adalah 3,732, variabel kualitas produk (X₂) adalah 6,648 dan variabel kualitas pelayanan (X₃) adalah 5,617 Hasil ini menunjukkan bahwa setiap variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas, karena hasil VIF lebih kecil dari 10.

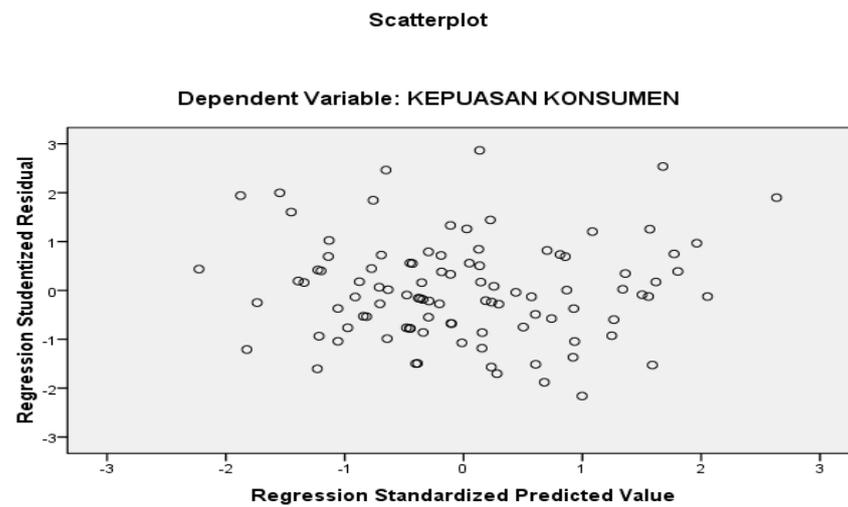
c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot*. Model tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0.
- Titik-titik data tidak mengumpul diatas atau dibawah saja

- c) Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar lalu menyempit dan melebar kembali.

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Dari *Scatterplot* di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Selain menggunakan *Scatterplot*, untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedstisitas dalam model regresi ini dapat menggunakan uji *Glejser* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.40, Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.179	2.028		1.074	.286
Harga (X1)	.046	.067	.069	.687	.494
Kualitas produk (X2)	-.101	.055	-.194	-1.832	.070
Kualitas Pelayanan (X3)	.087	.060	.155	1.460	.147

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Pada uji Glejser, menunjukkan bahwa masing-masing variabel penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yaitu variabel harga (X1) sebesar 0,494; variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,070; dan variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,147. Dapat dilihat bahwa ketiga variabel tersebut menunjukkan nilai $> 0,05$. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

E. Analisis Data

Pengujian pengaruh variabel independen harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Analisis regresi linier

berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan statistik yang digunakan dalam uji regresi linier berganda ini adalah *SPSS for Windows* versi 16.0. Berikut hasil dari pengolahan data menggunakan SPSS 16.0:

1. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.41 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.071	.701		-.102	.919
Harga (X1)	.302	.080	.215	3.772	.000
Kualitas Produk (X2)	.258	.073	.270	3.558	.001
Kualitas Pelayanan (X3)	.586	.081	.507	7.268	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(Y)

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

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

$$Y = -0,071 + 0,302 X_1 + 0,258 X_2 + 0,586 X_3$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. jika variabel harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) berada dalam keadaan konstan atau tetap maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar -0,071.
- b. jika variabel harga (X_1) meningkat satu satuan maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,302.
- c. jika variabel kualitas produk (X_2) meningkat satu satuan maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,258.
- d. jika variabel kualitas pelayanan (X_3) meningkat satu satuan maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,586.

Dari persamaan tersebut dapat dilihat bahwa seluruh variabel bebas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel bebas yang sangat berpengaruh yaitu kualitas pelayanan dengan koefisien 0,586 dengan std. error 0,081 sedangkan yang berpengaruh rendah yaitu variabel kualitas produk dengan koefisien 0,258 dengan std. error 0,073.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t-test yaitu digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing dari variabel independen mempengaruhi variabel

dependen secara signifikan. Uji t-test digunakan untuk melihat apakah ada pengaruh secara parsial antara harga terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H0: Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H1: Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat

Tabel 4.42 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.071	.701		-.102	.919
Harga (X1)	.302	.080	.215	3.772	.000
Kualitas Produk (X2)	.258	.073	.270	3.558	.001
Kualitas Pelayanan (X3)	.586	.081	.507	7.268	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.42 dapat diketahui bahwa uji t untuk variabel X_1 (harga) pada tabel *Coefficients* diperoleh t_{hitung} 3,772 dan t_{tabel} 1,985. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga tolak H_0 dan terima H_1 . Maka secara parsial variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Diketahui bahwa uji t untuk variabel X_2 (kualitas produk) pada tabel *Coefficients* diperoleh t_{hitung} 3,558 dan t_{tabel} 1,985. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) sehingga menolak H_0 dan menerima H_1 . Maka secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil uji t untuk variabel X_3 (kualitas pelayanan) pada tabel *Coefficients* diperoleh t_{hitung} 7.268 dan t_{tabel} 1,985. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga menolak H_0 dan menerima H_1 . Maka secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b. Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk

mengetahui pengaruh variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4.43 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	397.267	3	132.422	14.554	.000 ^a
Residual	864.390	95	9.099		
Total	1261.657	98			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Harga (X1), Kualitas Produk (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Dari tabel Anova uji F menghasilkan F_{hitung} sebesar 14,554 dengan nilai signifikansi (sig.) 0,000 dan F_{tabel} sebesar 2,70 dengan nilai signifikansi 0,05. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14,554 > 2,70$) maka menolak H_0 dan menerima H_1 . Sehingga dapat diketahui bahwa secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan nilai signifikansinya, $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X_1), kualitas produk (X_2)

dan kualitas pelayanan (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.44 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Harga

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.191 ^a	.108	.102	3.592

a. Predictors: (Constant), harga

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa *R Square* adalah 0,108 Hal ini berarti 10,8% peningkatan kepuasan konsumen bisa dijelaskan oleh variabel harga.

Tabel 4.45 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)**Kualitas Produk****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.327 ^a	.207	.197	3.409

a. Predictors: (Constant), kualitasproduk

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa *R Square* adalah 0,207 Hal ini berarti 20,7% peningkatan kepuasan konsumen bisa dijelaskan oleh variabel kualitas produk.

Tabel 4.46 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)**Kualitas Pelayanan****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.515 ^a	.265	.257	3.092

a. Predictors: (Constant), kualitaspelayanan

Dari tabel 4.46, dapat diketahui bahwa *R Square* adalah 0,256 Hal ini berarti 25,6% peningkatan kepuasan konsumen bisa dijelaskan oleh variabel kualitas Pelayanan.

Tabel 4.47 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.561 ^a	.315	.293	3.016

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Harga (X1), Kualitas Produk (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Dari hasil tabel 4.47 menunjukkan bahwa besarnya nilai korelasi/hubungan R sebesar 0,561 dan dijelaskan besarnya prosentase hubungan variabel dependen dengan koefisien determinasi yang merupakan hasil pengkuadratan dari R. Hasil output diatas diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,293, artinya hubungan variabel Harga (X1), kualitas produki (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 31,5%, sedangkan sisanya dihubungkan oleh variabel lainnya.