

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Kusuma Cookies

Kusuma Cookies merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri makanan. Kusuma Cookies beralamatkan di Dusun Talun RT 2 RW 3 Kelurahan Beji, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung. Perusahaan ini memproduksi beraneka macam kue atau jajanan pasar dalam bentuk basah atau kering. Setiap harinya Kusuma Cookies dapat memproduksi sekitar 500-700 kue basah maupun kering untuk pesanan orderan dari konsumen.

Kusuma Cookies merupakan usaha perseorangan yang didirikan oleh Ibu Sri Purwati. Kusuma Cookies berdiri pada tahun 2015. Sejarah singkat, pada awalnya Ibu Sri Purwati membuka usahanya pertama kali bermodal awal dengan uang 10 juta rupiah. Modal tersebut dikembangkan dan digunakan untuk pembelian peralatan pembuatan kue seperti oven, kompor, mixer dan bahan baku untuk pembuatan kue. Ibu Sri Purwati dulunya adalah seorang karyawan yang bekerja sebagai pembuat kue atau jajanan pasar di perusahaan orang lain. Dengan keterampilan yang dimilikinya, beliau memberanikan diri untuk membuka usaha sendiri dirumahnya yang pada waktu itu dibantu oleh anaknya sendiri yang

bernama Rima Arum untuk membantu dan mengembangkan usahanya hingga sekarang ini.

Selain menerima pesanan kue basah atau jajanan pasar, Kusuma Cookies juga melayani pemesanan untuk pembuatan kue tart, kue bolu, pudding, pesanan nasi tumpeng dan nasi kotak yang digunakan dalam suguhan berbagai acara seperti untuk hantaran lamaran pernikahan, perayaan ulang tahun, rapat, arisan, tahlilan atau yasinan. Hingga sekarang ini, Kusuma Cookies memiliki karyawan sejumlah lima orang yang memiliki tugas masing-masing seperti pada bagian produksi, pemasaran dan pengiriman pemesanan.

B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu Tulungagung. Angket disebarakan kepada 100 orang konsumen.

1. Jenis Kelamin Responden

Data mengenai jenis kelamin responden konsumen Kusuma Cookies, Beji, Boyolangu, Tulungagung sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	25	25%
Perempuan	75	75%
Total	100	100%

Sumber: Data yang diolah, 2021

Dari tabel 4.1 diatas, diketahui bahwa dari 100 orang responden, konsumen yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 25 orang dengan persentase 25%, dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 75 orang dengan persentase 75%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung berjenis kelamin perempuan.

2. Usia Responden

Data mengenai usia responden konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung sebagai berikut:

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia Responden	Jumlah	Persentase
<15-20 Tahun	12 Orang	12%
21-30 Tahun	33 Orang	33%
>31 Tahun	55 Orang	55%
Total	100 Orang	100%

Sumber: Data yang diolah, 2021

Dari tabel 4.2 diatas, diketahui dari 100 orang responden, usia responden yang paling banyak adalah usia >31 tahun sebanyak 55 orang dengan presentase 55%, kemudian usia 21–30 tahun sebanyak 33 orang dengan presentase 33%, dan yang paling sedikit yaitu responden usia <15-20 tahun berjumlah 12 orang dengan presentase 12%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung berusia >31 tahun.

3. Pekerjaan Responden

Data mengenai pekerjaan responden konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

Pekerjaan Responden	Jumlah	Persentase
PNS	38	38%
Swasta	26	26%
Pelajar / Mahasiswa	17	17%
Lainnya	19	19%
Total	100	100%

Sumber: Data yang diolah, 2021

Dari tabel 4.3 diatas, diketahui bahwa dari 100 orang responden, pekerjaan responden yang paling banyak adalah sebagai PNS sebanyak 38 orang dengan persentase 38%, diikuti sebagai pekerja swasta sebanyak 26 orang dengan persentase 26%, kemudian disusul sebagai bekerja lainnya sebanyak 19 orang dengan persentase 19% dan yang paling sedikit adalah sebagai seorang pelajar atau mahasiswa sebanyak 17 orang dengan persentase 17%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung bekerja sebagai PNS.

C. Deskripsi Variabel

1. Variabel Cita Rasa

Tabel 4.4

Deskripsi Variabel Cita Rasa (X_i)

Item	Tanggapan					Jumlah
	SS	S	N	TS	STS	
X1.1	66	31	3	0	0	100
X1.2	53	45	2	0	0	100
X1.3	41	52	7	0	0	100
X1.4	55	37	6	2	0	100

Sumber: Data yang diolah, 2021

Dari tabel 4.4 diatas, diketahui bahwa item $X_{1.1}$ pernyataan “Aroma pada produk yang dihasilkan sangat menggugah selera”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 66 orang, yang menjawab setuju sebanyak 31 orang, dan yang menjawab netral sebanyak 3 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa aroma pada produk yang dihasilkan sangat menggugah selera.

Item $X_{1.2}$ pernyataan “Semua rasa pada produk yang dihasilkan sangat nikmat untuk dirasakan”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 53 orang, yang menjawab setuju sebanyak 45 orang dan yang menjawab netral 2 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Hal ini berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa semua rasa pada produk yang dihasilkan sangat nikmat untuk dirasakan.

Item X_{1.3} pernyataan “Rasa pada produk yang dihasilkan memiliki ciri khas tersendiri sehingga dikenali oleh konsumen”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 41 orang, yang menjawab setuju sebanyak 52 orang dan yang menjawab netral 7 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak yaitu setuju. Hal ini berarti konsumen cenderung setuju bahwa rasa pada produk yang dihasilkan memiliki ciri khas tersendiri sehingga dikenali oleh konsumen.

Item X_{1.4} pernyataan “Rasa pada produk yang dihasilkan membuat ketagihan oleh konsumen”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 55 orang, yang menjawab setuju sebanyak 37 orang, yang menjawab netral 6 orang dan yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Hal ini berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa rasa pada produk yang dihasilkan membuat ketagihan oleh konsumen.

Kesimpulan dari keseluruhan item-item diatas adalah bahwa Item X_{1.1} jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa aroma pada produk yang dihasilkan sangat menggugah selera. Item X_{1.2} jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Hal ini berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa semua rasa pada produk yang dihasilkan sangat nikmat untuk dirasakan. Item X_{1.3} jawaban responden yang paling banyak yaitu setuju. Hal ini berarti konsumen cenderung setuju bahwa rasa pada produk yang dihasilkan memiliki ciri khas tersendiri sehingga dikenali

oleh konsumen. Item X_{1.4} jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Hal ini berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa rasa pada produk yang dihasilkan membuat ketagihan oleh konsumen.

2. Variabel Kemasan

Tabel 4.5
Deskripsi Variabel Kemasan (X₂)

Item	Tanggapan					Jumlah
	SS	S	N	TS	STS	
X2.1	65	33	2	0	0	100
X2.2	58	42	0	0	0	100
X2.3	68	32	0	0	0	100
X2.4	47	44	9	0	0	100
X2.5	78	20	2	0	0	100

Sumber: Data yang diolah, 2021

Dari tabel 4.5 diatas, diketahui bahwa item X_{2.1} pernyataan “Bentuk kemasan yang digunakan terlihat menarik”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 65 orang, yang menjawab setuju sebanyak 33 orang, dan yang menjawab netral sebanyak 2 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa bentuk kemasan yang digunakan terlihat menarik.

Item X_{2.2} pernyataan “Bahan kemasan dapat melindungi produk yang dihasilkan”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 68 orang dan yang menjawab setuju sebanyak 32 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat

setuju. Hal ini berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa bahan kemasan dapat melindungi produk yang dihasilkan.

Item X_{2.3} pernyataan “Bahan kemasan yang digunakan aman untuk dipegang”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 58 orang dan yang menjawab setuju sebanyak 42 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Hal ini berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa bahan kemasan yang digunakan aman untuk dipegang.

X_{2.4} pernyataan “Gambar atau logo pada kemasan terlihat menarik”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 47 orang, yang menjawab setuju sebanyak 44 orang, dan yang menjawab netral sebanyak 9 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa gambar atau logo pada kemasan terlihat menarik.

Item X_{2.5} pernyataan “Warna pada kemasan yang digunakan selaras”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 78 orang, yang menjawab setuju sebanyak 20 orang dan yang menjawab netral sebanyak 6 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Hal ini berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa warna pada kemasan yang digunakan selaras.

Kesimpulan dari keseluruhan item-item diatas adalah bahwa Item X_{2.1} jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa bentuk kemasan yang

digunakan terlihat menarik. Item X_{2.2} jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Hal ini berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa bahan kemasan dapat melindungi produk yang dihasilkan. Item X_{2.3} jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa bahan kemasan yang digunakan aman untuk dipegang. Item X_{2.4} disimpulkan jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa gambar atau logo pada kemasan terlihat menarik. Item X_{2.5} jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Hal ini berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa warna pada kemasan yang digunakan selaras.

3. Variabel Harga

Tabel 4.6
Deskripsi Variabel Harga (X₃)

Item	Tanggapan					Jumlah
	SS	S	N	TS	STS	
X3.1	46	50	4	0	0	100
X3.2	69	31	0	0	0	100
X3.3	72	27	1	0	0	100
X3.4	32	65	3	0	0	100
X3.5	61	37	2	0	0	100

Sumber: Data yang diolah, 2021

Dari tabel 4.6 diatas, diketahui bahwa item X_{3.1} pernyataan “Harga produk yang ditawarkan terjangkau bagi konsumen”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 46 orang, yang menjawab setuju sebanyak 50 orang, dan yang menjawab netral sebanyak 4 orang. Dengan

demikian jawaban responden yang paling banyak adalah setuju. Berarti konsumen cenderung setuju bahwa harga produk yang ditawarkan terjangkau bagi konsumen.

X_{3.2} pernyataan “Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 69 orang dan yang menjawab setuju sebanyak 31 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.

Item X_{3.3} pernyataan “Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas rasa”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 72 orang, yang menjawab setuju sebanyak 27 orang dan yang menjawab netral sebanyak 1 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Hal ini berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas rasa.

X_{3.4} pernyataan “Harga lebih ekonomis dibanding produk lain yang sejenis”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang, yang menjawab setuju sebanyak 65 orang dan yang menjawab netral sebanyak 3 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah setuju. Berarti konsumen cenderung setuju bahwa harga lebih ekonomis dibanding produk lain yang sejenis.

Item X_{3.5} pernyataan “Harga sesuai dengan hasil yang diinginkan”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 61 orang, yang menjawab setuju sebanyak 37 orang dan yang menjawab netral sebanyak 2 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Hal ini berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas rasa.

Kesimpulan dari keseluruhan item-item diatas adalah bahwa Item X_{3.1} jawaban responden yang paling banyak adalah setuju. Berarti konsumen cenderung setuju bahwa harga produk yang ditawarkan terjangkau bagi konsumen. Item X_{3.2} jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk. Item X_{3.3} jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas rasa. Item X_{3.4} jawaban responden yang paling banyak adalah setuju. Berarti konsumen cenderung setuju bahwa harga lebih ekonomis dibanding produk lain yang sejenis. Item X_{3.5} jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Hal ini berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas rasa.

4. Variabel Inovasi Produk

Tabel 4.7
Deskripsi Variabel Inovasi Produk (X₄)

Item	Tanggapan					Jumlah
	SS	S	N	TS	STS	
X4.1	61	38	1	0	0	100
X4.2	79	19	2	0	0	100
X4.3	35	53	11	1	0	100
X4.4	66	32	1	0	0	100

Sumber: Data yang diolah, 2021

Dari tabel 4.7 diatas, diketahui bahwa item X_{4.1} pernyataan “Kusuma Cookies selalu melakukan perbaikan guna untuk meningkatkan kualitas produk”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 61 orang, yang menjawab setuju sebanyak 38 orang dan yang menjawab netral sebanyak 1 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa Kusuma Cookies selalu melakukan perbaikan guna untuk meningkatkan kualitas produk.

Item X_{4.2} pernyataan “Kusuma Cookies mempunyai produk yang sangat bervariasi”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 79 orang, yang menjawab setuju sebanyak 19 orang dan yang menjawab netral sebanyak 2 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Hal ini berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa Kusuma Cookies mempunyai produk yang sangat bervariasi.

Item X4.3 pernyataan “Variasi produk di Kusuma Cookies merupakan penemuan awal oleh Kusuma Cookies”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 35 orang, yang menjawab setuju sebanyak 53 orang, yang menjawab netral sebanyak 11 orang dan yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah setuju. Berarti konsumen cenderung setuju bahwa variasi produk di Kusuma Cookies merupakan penemuan awal oleh Kusuma Cookies.

Item X4.4 pernyataan “Produk yang dihasilkan dibuat dengan desain yang semenarik mungkin”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 66 orang, yang menjawab setuju sebanyak 32 orang dan yang menjawab netral sebanyak 2 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Hal ini berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa produk yang dihasilkan dibuat dengan desain yang semenarik mungkin.

Kesimpulan dari keseluruhan item-item diatas adalah bahwa Item X4.1 jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa Kusuma Cookies selalu melakukan perbaikan guna untuk meningkatkan kualitas produk. Item X4.2 jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa Kusuma Cookies mempunyai produk yang sangat bervariasi. Item X4.3 jawaban responden yang paling banyak adalah setuju. Berarti konsumen cenderung setuju bahwa variasi

produk di Kusuma Cookies merupakan penemuan awal oleh Kusuma Cookies. Item X4.4 jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa produk yang dihasilkan dibuat dengan desain yang semenarik mungkin.

5. Variabel Kepuasan Konsumen

Tabel 4.8
Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Item	Tanggapan					Jumlah
	SS	S	N	TS	STS	
Y.1	65	34	1	0	0	100
Y.2	58	40	2	0	0	100
Y.3	53	39	7	1	0	100
Y.4	54	42	4	0	0	100

Sumber: Data yang diolah, 2021

Dari tabel 4.8 diatas, diketahui bahwa item Y.1 pernyataan “Produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan konsumen”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 65 orang, yang menjawab setuju sebanyak 34 orang dan yang menjawab netral sebanyak 1 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan konsumen.

Item Y.2 pernyataan “Konsumen merasa puas akan terhadap produk yang dihasilkan”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 58 orang, yang menjawab setuju sebanyak 40 orang dan yang menjawab netral sebanyak 2 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Hal ini berarti konsumen

cenderung sangat setuju bahwa konsumen merasa puas akan terhadap produk yang dihasilkan.

Item Y.3 pernyataan “Konsumen akan kembali lagi untuk berkunjung dan memilih produk tersebut”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 53 orang, yang menjawab setuju sebanyak 39 orang, yang menjawab netral sebanyak 7 orang dan yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa konsumen akan kembali lagi untuk berkunjung dan memilih produk tersebut.

Item Y.4 pernyataan “Merekomendasikan hasil produk yang sesuai dengan harapan konsumen kepada saudara atau teman-teman dalam pemilihan produk tersebut”, dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 54 orang, yang menjawab setuju sebanyak 42 orang dan yang menjawab netral sebanyak 4 orang. Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Hal ini berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa akan merekomendasikan hasil produk yang sesuai dengan harapan konsumen kepada saudara atau teman-teman dalam pemilihan produk tersebut.

Kesimpulan dari keseluruhan item-item diatas adalah bahwa Y.1 jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan konsumen. Item Y.2 jawaban responden yang paling

banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa konsumen merasa puas akan terhadap produk yang dihasilkan. Y.3 jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa konsumen akan kembali lagi untuk berkunjung dan memilih produk tersebut. Y.4 jawaban responden yang paling banyak adalah sangat setuju. Berarti konsumen cenderung sangat setuju bahwa akan merekomendasikan hasil produk yang sesuai dengan harapan konsumen kepada saudara atau teman-teman dalam pemilihan produk tersebut.

D. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian valid atau tidak. Dalam penelitian ini, validitas dianalisis menggunakan rumus (degree of freedom) $df = (n-2)$, dimana n merupakan jumlah responden. Sehingga df yang digunakan yakni $100 - 2 = 98$ dengan taraf signifikansi sebesar 0,05, maka diperoleh hasil r_{tabel} sebesar 0,1966. Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka tiap item pernyataan dapat dikatakan valid.⁹³

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

⁹³ Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, (ed.), *Analisis Data Penelitian: Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan*, (Jakarta: Bogor, PT. Penerbit IPB Press, 2018), hal 50

1) Uji Validitas Variabel Cita Rasa (X1)

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa (X1)

Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
X1.1	0,343	0,1966	VALID
X1.2	0,297	0,1966	VALID
X1.3	0,519	0,1966	VALID
X1.4	0,628	0,1966	VALID

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 uji validitas diatas, diketahui bahwa keseluruhan masing-masing item pernyataan nilai dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel cita rasa yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Sehingga dengan hasil dari uji validitas yang menunjukkan bahwa data memperoleh hasil yang valid, maka penelitian ini bisa dilanjutkan dengan pengujian selanjutnya.

2) Uji Validitas Variabel Kemasan (X2)

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Kemasan (X2)

Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
X2.1	0,509	0,1966	VALID
X2.2	0,428	0,1966	VALID
X2.3	0,404	0,1966	VALID
X2.4	0,684	0,1966	VALID
X2.5	0,417	0,1966	VALID

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 uji validitas diatas, diketahui bahwa keseluruhan masing-masing item pernyataan nilai dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel kemasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Sehingga dengan hasil dari uji validitas yang menunjukkan bahwa data memperoleh hasil yang valid, maka penelitian ini bisa dilanjutkan dengan pengujian selanjutnya.

3) Uji Validitas Variabel Harga (X3)

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3)

Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,485	0,1966	VALID
X3.2	0,220	0,1966	VALID
X3.3	0,319	0,1966	VALID
X3.4	0,594	0,1966	VALID
X3.5	0,533	0,1966	VALID

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 uji validitas diatas, diketahui bahwa keseluruhan masing-masing item pernyataan nilai dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Sehingga dengan hasil dari uji validitas yang menunjukkan bahwa data memperoleh hasil yang valid, maka penelitian ini bisa dilanjutkan dengan pengujian selanjutnya.

4) Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X4)

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X4)

Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
X4.1	0,649	0,1966	VALID
X4.2	0,323	0,1966	VALID
X4.3	0,746	0,1966	VALID
X4.4	0,461	0,1966	VALID

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 uji validitas diatas, diketahui bahwa keseluruhan masing-masing item pernyataan nilai dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel inovasi produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Sehingga dengan hasil dari uji validitas yang menunjukkan bahwa data memperoleh hasil yang valid, maka penelitian ini bisa dilanjutkan dengan pengujian selanjutnya.

5) Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Y.1	0,372	0,1966	VALID
Y.2	0,382	0,1966	VALID
Y.3	0,620	0,1966	VALID
Y.4	0,569	0,1966	VALID

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 uji validitas diatas, diketahui bahwa keseluruhan masing-masing item pernyataan nilai dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel inovasi produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Sehingga dengan hasil dari uji validitas yang menunjukkan bahwa data memperoleh hasil yang valid, maka penelitian ini bisa dilanjutkan dengan pengujian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dapat diterima. Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi obyek dan data, apakah instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama dan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dihitung menggunakan skala Croanbach Alpha. Menurut Rochaety, sebuah variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai Croanbach Alpha $> 0,60$.⁹⁴

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

1. Uji Reliabilitas Variabel Cita Rasa, Kemasan, Harga, Inovasi Produk dan Kepuasan Konsumen

Tabel 4.14

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Cita Rasa, Kemasan, Harga, Inovasi Produk dan Kepuasan Konsumen

⁹⁴ *Ibid.*, hal. 58

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.647	22

Sumber: Data yang diolah SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan tabel 4.14 Uji Reliabilitas diatas, diketahui bahwa nilai Croanbach Alpha sebesar $0,647 > 0,60$. Dapat disimpulkan bahwa variabel cita rasa, kemasan, harga, inovasi produk dan kepuasan konsumen adalah reliabel, maka penelitian ini bisa dilanjutkan dengan pengujian selanjutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data variabel dalam penelitian terdistribusi normal atau tidak. Dikatakan terdistribusi normal apabila persyaratan uji normalitas terpenuhi. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal.⁹⁵ Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan *Kolmogrov-Smirnov* dengan taraf signifikansi sebesar 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 5%. Untuk pengambilan keputusan dengan pedoman:

⁹⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Umum*, (Yogyakarta: Global Media Informasi, 2008), hal. 45

- 1) Nilai signifikansi atau probabilitas $> 0,05$ distribusi data adalah normal.
- 2) Nilai signifikansi atau probabilitas $< 0,05$ distribusi data adalah tidak normal.

Dengan memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.	.90026368
Deviation		.057
Most Extreme Differences		.031
Absolute		-.057
Positive		.057
Negative		.200 ^{c,d}
Test Statistic		
Asymp. Sig. (2-tailed)		

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan tabel 4.15 Uji Normalitas diatas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, menunjukkan angka Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Dimana nilai tersebut $0,200 > 0,05$. Sehingga dari analisis diatas dapat disimpulkan bahwa data dari penelitian berdistribusi normal. Maka penelitian ini bisa dilanjutkan dengan pengujian selanjutnya.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk menguji ini juga untuk menghindari pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap dependen.⁹⁶

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas lainnya dalam suatu model regresi linier berganda. Untuk mendeteksinya dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model regresi bebas multikolinieritas. Dan jika nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,10, maka model regresi bebas multikolinieritas.

Tabel 4.16
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1. (Constant)	1.008	2.291		.440	.661		
Cita Rasa	.243	.093	.236	2.616	.010	.811	1.233
Kemasan	.153	.075	.184	2.052	.043	.823	1.215
Harga	.246	.098	.242	2.498	.014	.704	1.421

⁹⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Umum....*, hal. 70

Inovasi Produk	.200	.081	.215	2.463	.016	.869	1.151
----------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan tabel 4.16 Uji Multikolinieritas diatas, diketahui variabel cita rasa diperoleh nilai tolerance 0,811 dengan nilai VIF sebesar 1,233, variabel kemasan diperoleh nilai tolerance 0,823 dengan nilai VIF sebesar 1,215, variabel harga diperoleh nilai tolerance 0,704 dengan nilai VIF sebesar 1,421 dan variabel inovasi produk diperoleh nilai tolerance 0,869 dengan nilai VIF sebesar 1,151. Karena nilai tolerance semua variabel $> 0,10$ dan nilai VIF semua variabel < 10 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinieritas. Maka penelitian ini bisa dilanjutkan dengan penelitian selanjutnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

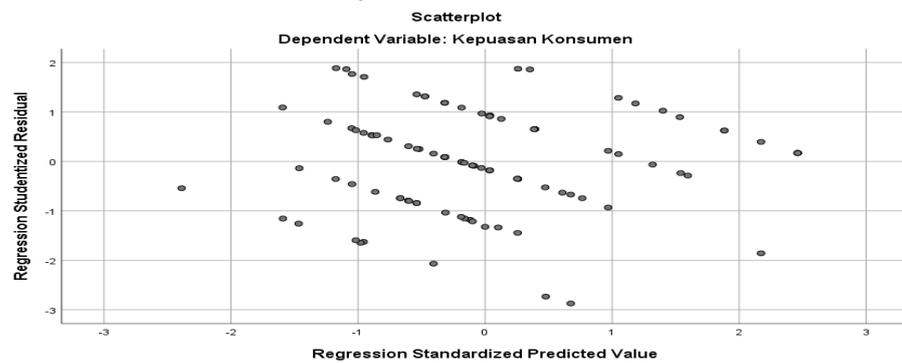
Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.⁹⁷ Deteksi masalah heteroskedastisitas dapat dilihat dari ada tidaknya pola tertentu dalam model penelitian. Adapun dasar analisis sebagai berikut:

1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

⁹⁷ Nikolaus Duli, *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, (Sleman: penerbit Deepublish, tahun 2019), hal 122

- 2) Jika terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas diatas, dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara merata diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Maka penelitian ini bisa dilanjutkan dengan pengujian selanjutnya.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah regresi linier dimana variabel terikatnya (variabel Y) dihubungkan dengan variabel bebas yang memiliki dua variabel maupun lebih (variabel X).⁹⁸ Berikut adalah hasil uji regresi linier berganda yaitu:

⁹⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Umum....*, hal. 180

Tabel 4.17
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.008	2.291		.440	.661
Cita Rasa	.243	.093	.236	2.616	.010
Kemasan	.153	.075	.184	2.052	.043
Harga	.246	.098	.242	2.498	.014
Inovasi Produk	.200	.081	.215	2.463	.016

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan tabel 4.17 Uji Regresi Linier Berganda diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$Y = 1,008 + 0,243 + 0,153 + 0,246 + 0,200$$

Dari hasil persamaan regresi diatas, maka dapat diuraikan untuk masing-masing variabel cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk sebagai berikut:

- a. Konstanta diperoleh sebesar 1,008 yang berarti bahwa jika variabel independen sama dengan nol (0), maka Kepuasan konsumen sebesar 1,008
- b. Koefisien regresi variabel X1 (cita rasa) diperoleh sebesar 0,243 dengan arah koefisien positif. Hal ini berarti bahwa jika variabel X1 meningkat

sebesar 1%, maka kepuasan konsumen naik sebesar 0,243 dengan asumsi variabel lain konstan.

- c. Koefisien regresi variabel X2 (kemasan) diperoleh sebesar 0,153 dengan arah koefisien positif. Hal ini berarti bahwa jika variabel X2 meningkat sebesar 1%, maka kepuasan konsumen naik sebesar 0,153 dengan asumsi variabel lain konstan.
- d. Koefisien regresi variabel X3 (harga) diperoleh sebesar 0,246 dengan arah koefisien positif. Hal ini berarti bahwa jika variabel X3 meningkat sebesar 1%, maka kepuasan konsumen naik sebesar 0,246 dengan asumsi variabel lain konstan.
- e. Koefisien regresi variabel X4 (inovasi produk) diperoleh sebesar 0,200 dengan arah koefisien positif. Hal ini berarti bahwa jika variabel X4 meningkat sebesar 1%, maka kepuasan konsumen naik sebesar 0,200 dengan asumsi variabel lain konstan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Rumus penentuan t_{tabel} adalah dengan melihat tabel signifikansi $0,05 : 2 = 0,025$ dan $df = N-k-1$ ($100-4-1$) = 95. Sehingga penentuan t_{tabel} pada titik $0,025 ; 95$ adalah sebesar 1,985.

- 1) Uji parsial untuk variabel X1 (cita rasa) diperoleh 2,616 dengan signifikansi 0,10. Hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel} = 2,616 > 0,1985$ dan

nilai signifikansi $0,10 > 0,05$. Maka menolak H_0 dan menerima H_1 , sehingga variabel cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- 2) Uji parsial untuk variabel X_2 (kemasan) diperoleh 2,052 dengan signifikansi 0,43. Hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel} = 2,052 > 0,1985$ dan nilai signifikansi $0,43 > 0,05$. Maka menolak H_0 dan menerima H_1 , sehingga variabel kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- 3) Uji parsial untuk variabel X_3 (harga) diperoleh 2,498 dengan signifikansi 0,14. Hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel} = 2,498 > 0,1985$ dan nilai signifikansi $0,14 > 0,05$. Maka menolak H_0 dan menerima H_1 , sehingga variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- 4) Uji parsial untuk variabel X_4 (inovasi produk) diperoleh 2,463 dengan signifikansi 0,16. Hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel} = 2,463 > 0,1985$ dan nilai signifikansi $0,16 > 0,05$. Maka menolak H_0 dan menerima H_1 , sehingga variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

b. Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) digunakan untuk mempengaruhi pengaruh variabel X secara bersamaan atau tidak berpengaruh terhadap variabel

Y. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka hipotesis diterima atau signifikan. Dan jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka hipotesis ditolak atau tidak signifikan.⁹⁹

Uji F (Simultan) ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel kepuasan konsumen. Penentuan f_{tabel} adalah dengan melihat signifikansi f_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,05. Rumusnya adalah $df_1 = \text{jumlah variabel} - 1$ ($5-1=4$) dan $df_2 = nk - 1$ ($100-4-1=95$). Sehingga diperoleh titik $F = (4 ; 95) = 2,47$.

Tabel 4.18
Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	47.803	4	11.951	14.150	.000 ^b
Residual	80.237	95	.845		
Total	128.040	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kemasan, Cita Rasa, Harga

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26.0, 2021

Dari hasil tabel 4.19 Uji F (Simultan), menghasilkan f_{hitung} sebesar 14,150 dengan nilai probabilitas (sign.) 0,000. Dan f_{tabel} sebesar 2,47 dengan nilai signifikansi 0,05. Karena f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($14,150 > 2,47$), maka dikatakan menolak H_0 dan menerima H_1 . Sehingga dapat diketahui bahwa secara simultan terdapat pengaruh

⁹⁹ Agus Widodo, *Analisa Statistika Multivarian*, (Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2010), hal. 80

yang signifikan antara variabel cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk terhadap variabel kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel kepuasan konsumen.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilainya adalah antara nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas terhadap variabel terikatnya.¹⁰⁰

Berikut hasil uji koefisien determinasi (R^2) yaitu:

Tabel 4.19
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.611 ^a	.373	.347	.919

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kemasan, Cita Rasa, Harga
Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26.0, 2021

Dari tabel 4.19 hasil uji koefisien determinasi (R^2) diatas, diketahui bahwa diperoleh hasil nilai R Square sebesar 0,373 (37%). Artinya variabel cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk memiliki pengaruh

¹⁰⁰ *Ibid...*, hal. 82

sebesar 37%. Adapaun sisanya sebesar 63% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.