

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penelitian dengan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data hasil penelitian berupa angka. Data yang didapat tersebut selanjutnya dianalisis dengan menggunakan aplikasi software SPSS. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh standardisasi produk dan kepuasan konsumen dalam proses peningkatan daya jual produk industri kecil menengah. Untuk memenuhi tujuan tersebut dibutuhkan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang ditujukan kepada produsen dari industri kecil menengah yang telah mendaftarkan lisensi pada produknya, minimal sudah memiliki izin P-IRT ataupun SIUP.

Dalam penelitian ini menggunakan 20 responden yang ditujukan kepada produsen industri kecil menengah di Kabupaten Blitar. Kuesioner ini dilakukan dengan menggunakan skala *likert* 1-5. Kuesioner ini terdiri dari 2 variabel independen atau variabel bebas yaitu Standardisasi produk (X_1) dan Kepuasan Konsumen (X_2) dan 1 variabel dependen atau variabel terikat yaitu Daya Jual Produk (Y). Pada setiap variabel terdapat item pertanyaan yang disajikan rata-rata berjumlah 6.

A. Karakteristik Responden

Setiap responden memiliki karakteristik yang berbagai ragam latar belakang yang dimilikinya. Setiap karakteristik responden yang berbeda-beda

menunjukkan pula perbedaan pendapat responden terhadap kuesioner penelitian. Dalam penelitian ini fokus karakteristik responden ialah pada jenis kelamin, jenis produk yang dijual, jenis lisensi yang didapat dan lama usaha tersebut mendapat lisensi. Dari penelitian tersebut didapat hasil sebagai berikut:

1. Karakteristik Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Pengujian Karakteristik Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase
Laki-laki	19	95%
Perempuan	1	5%
Total	20	100%

Sumber: Data Olahan, 2021

Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 20 jumlah responden yang merupakan pemilik dari IKM yang telah mendapat lisensi terdiri dari 95% responden laki-laki dan 5% responden perempuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemilik IKM yang diteliti didominasi oleh responden laki-laki.

2. Karakteristik Jenis Produk

Dalam IKM banyak sekali jenis-jenis produk yang diolah untuk kebutuhan konsumen dari jenis makanan dan kerajinan yang memiliki

aneka ragam. Produk makanan terdiri dari makanan kering, makanan siap saji, bahan masakan dan juga berbagai jenis minuman berupa jus, jamu atau minuman serbuk. Produk Kerajinan terdiri dari mebel peralatan rumah tangga, hiasan, pot, batako, dan kerajinan tangan.

Tabel 4.2

Pengujian Karakteristik Jenis Produk

Jenis Produk	Frekuensi	Prosentase
Pangan	6	30%
Kerajinan	14	70%
Total	20	100%

Sumber: Data Olahan, 2021

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini lebih banyak responden yang menjalankan usahanya dalam produk kerajinan sebanyak 14 responden dengan prosentase 70%. Dan sisanya 30% dengan frekuensi 6 responden dari produk pangan.

3. Karakteristik Jenis Lisensi Produk

Jenis lisensi yang digunakan dalam pemasaran produk bagi IKM biasanya ialah SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), izin P-IRT (Produk Industri Rumah Tangga), dan SP (Sertifikasi Penyuluhan). SIUP biasanya digunakan oleh produk kerajinan seperti produk mebel dan batako. Untuk izin P-IRT banyak digunakan untuk produk pangan, karena izin ini

digunakan dalam usaha dengan skala kecil, sehingga IKM minimal setidaknya mengantongi izin P-IRT ini. Untuk Sertifikasi Penyuluhan (SP) dengan produk yang belum memiliki P-IRT ataupun usaha yang memiliki modal kecil, SP dikeluarkan Dinas Kesehatan Kabupaten.

Tabel 4.3

Pengujian Karakteristik Jenis Lisensi Produk

Jenis Lisensi	Frekuensi	Prosentase
SIUP	14	70%
P-IRT	5	25%
SP	1	5%
Total	20	100%

Sumber: Data Olahan 2021

Dari data pada tabel 4.3 dapat diketahui dari 20 responden terdapat 70% usaha yang mendaftarkan izin produk pada SIUP, 25% pada izin P-IRT, sedangkan sisanya 5% mendaftarkan lisensi produknya pada SP.

4. Karakteristik Masa Produk Mendapat Lisensi

Tabel 4.4

Pengujian Karakteristik Masa Produk Mendapat Lisensi

Tahun	Masa Lisensi	Frekuensi	Prosentase

1996	25	1	5%
2001	20	1	5%
2003	18	1	5%
2009	12	1	5%
2010	11	3	15%
2011	10	1	5%
2012	9	6	30%
2013	8	5	25%
2014	7	1	5%
Total	-	20	100%

Sumber: Data Olahan, 2021

Dari tabel 4.4 yang menunjukkan bahwa terdapat responden dengan masa mendapatkan lisensi yang sudah cukup lama yaitu selama 25 tahun yang didapat dari tahun 1996. Pada tahun 2000-2009, dalam penelitian ini rata-rata terdapat 1 responden yaitu pada tahun 2001, 2003, dan 2009. Untuk tahun 2010-2014 terdapat prosentase tertinggi sebanyak 30% produk dari penelitian ini mendapat lisensi yaitu pada tahun 2012.

B. Deskripsi Jawaban Responden

Tabel 4.5

Hasil Deskripsi Jawaban Responden

NO	Variabel	Rata-rata
Standardisasi Produk		
Peningkatan Kualitas dan Kuantitas Produk		
1.	Dengan terdaptarnya lisensi produk mendorong untuk mempertahankan kualitas dan mutu produk IKM	4,65
2.	Lebih mengedepankan fasilitas yang diberikan untuk konsumen	4,6
Pengaruh Terhadap Produk		
3.	Menambah kepercayaan masyarakat terhadap produk IKM	4,4
4.	Mempermudah arus keluar masuknya produk IKM ke berbagai kota dan kabupaten sekitar	4,5
5.	Produk lebih dikenal oleh masyarakat	4,6
Kepuasan Konsumen		
Kepuasan Mengonsumsi Produk		
6.	Kepuasan konsumen disebabkan karena	4,55

	kualitas produk IKM yang baik	
Tolak Ukur Kinerja Produsen		
7.	Kepuasan konsumen menunjukkan loyalitas konsumen terhadap produk	4,3
8.	Menumbuhkan citra baik bagi produk IKM	4,3
9.	Kepuasan konsumen dapat dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan produksi	4,4
Sebagai Alat Evaluasi		
10.	Kepuasan konsumen dapat dijadikan acuan untuk perkembangan kedepannya	4,6
11.	Dapat digunakan sebagai ramalan peluang industri kedepannya	4,4
Daya Jual Produk IKM		
Kepercayaan Konsumen		
12.	Dengan terdaptarnya lisensi dan pendapat baik konsumen terhadap produk IKM, mempermudah produk untuk dikenali masyarakat	4,7
Peningkatan Produksi		
13.	Terdapat perbedaan kapasitas penjualan	4,55

	antara sebelum dan sesudah produk IKM mendapatkan lisensi	
14.	Lisensi dan Kepuasan konsumen menambah kapasitas dari penjualan produk IKM	4,5
Perluasan Pasar		
15.	Lisensi dan kepuasan konsumen dapat menambah target pasar	4,75
16.	Daya jual produk meningkat karena pangsa pasar yang meluas	4,6
17.	Meningkatkan daya saing produk IKM di pasar	4,6
Sumber: Data Primer Olahan, 2021		

Sesuai dengan hasil kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah disajikan hasilnya dalam tabel 4.5, yang terdapat tiga variabel yaitu variabel standardisasi produk, variabel kepuasan konsumen, dan variabel daya jual produk IKM. Dari ketiga variabel tersebut rata-rata jawaban dari responden memiliki nilai 4 yang artinya cenderung setuju dengan pernyataan dalam kuesioner. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam meningkatkan daya jual, produsen haruslah tetap mempertimbangkan

standardisasi produk yang diakui oleh masyarakat dan juga kepuasan konsumen yang merupakan evaluator dalam pengembangan usaha.

Pada variabel standardisasi produk menunjukkan nilai rata-rata dari pernyataan kuesioner ialah 4, yang dapat diartikan dengan setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa standardisasi mampu untuk membangun dan mempertahankan kualitas dan mutu produk, serta standardisasi dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen. Produk yang telah mengantongi lisensi akan lebih mudah dikenali masyarakat dengan pelabelan yang disematkannya. Arus keluar masuk produk antar wilayah pun akan semakin mudah.

Dalam variabel kepuasan konsumen juga memiliki rata-rata nilai sebesar 4 yang artinya responden setuju terhadap pernyataan. Konsumen akan merasakan kepuasan mengonsumsi suatu produk ketika konsumen mendapatkan produk yang baik. Sebagai produsen kepuasan konsumen digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan suatu produk. Kepuasan konsumen yang baik menunjukkan loyalitas konsumen terhadap produk dan citra baik produk yang tersebar di masyarakat. Selain itu *feedback* yang diberikan konsumen dapat menjadi evaluasi untuk mengembangkan produk.

Begitu juga pada variabel daya jual produk IKM yang mendapat nilai rata-rata 4 yang artinya dengan terdافتarnya lisensi pada produk dan *feedback* baik dari konsumen memudahkan untuk produk memperluas pangsa pasarnya dan lebih mudah dikenali oleh masyarakat. Dengan meluasnya target pasar dari suatu produk tersebut maka meningkat juga

daya saing yang layak diikuti produk tersebut. Responden juga setuju bahwa dengan demikian maka kapasitas produk yang diproduksi juga bertambah karena permintaan akan barang naik.

Dalam hasil tersebut dapat menunjukkan bahwa untuk meningkatkan daya jual, produsen dapat membangun kepercayaan masyarakat dengan mengambil langkah-langkah seperti pengajuan lisensi. Dengan melakukan pengajuan lisensi maka produk kita dianggap siap untuk diuji standardisasi yang berlaku dimasyarakat luas. Produk dengan adanya lisensi yang menjamainya secara otomatis akan memberikan nilai plus dengan sendirinya. Kepuasan konsumen akan didapat jika ekspektasi yang dimiliki konsumen terwujud. Sebagai seorang produsen haruslah mampu mewujudkannya dengan menjaga dan menstabilkan kualitas dan kuantitas produk.

C. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tujuan dari uji validitas ialah untuk mengukur ketepatan suatu alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kepercayaan, sehingga uji reliabilitas menguji akurasi dari suatu system instrument penelitian yang digunakan. Alat ukur yang baik haruslah memenuhi kedua uji tersebut, agar terhindar dari hasil uji yang bias dan kurang sesuai dengan seharusnya.

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono, uji validitas adalah langkah dari pengujian mengenai isi dari suatu instrument dengan tujuan untuk mengukur suatu ketepatan istrumen yang digunakan dalam suatu penelitian.⁵³ Dalam buku “Encyclopedia of Educational Evaluation”, Scarvia B. Anderson mengungkapkan: “A test is valid if it measures what it purpose to measure.” Yang artinya: “Sebuah test dapat dikatakan valid apabila test tersebut mengukur apa yang hendak diukur”.⁵⁴ Uji validitas dilaksanakan menggunakan penghitungan SPSS ver. 21,0 dengan rumus korelasi bivariate person. Uji ini dapat diketahui dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Pernyataan dalam kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada signifikansi 5%. Nilai r_{tabel} pada $N=20$ dan Sig. 5% didapat 0,444. Pengujian ini dilakukan pada setiap item pertanyaan yang disajikan dalam kuesioner. Berikut adalah perbandingan nilai r dengan hasil per item kuesioner.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel X₁ (Standardisasi Produk)

Item	R _{tabel} 5% (20)	R _{hitung}	Kesimpulan
X1.1	0,444	0,709	Valid
X1.2	0,444	0,465	Valid

⁵³ I Putu Ade Andre Payadnya dan I Made Dharma Atmaja, *Impementasi Strategi Pembelajaran “What-If”*, (Sleman: Deepublish,2020), Hal. 29.

⁵⁴ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Sleman: Literasi Media Publishing, 2015), Hal. 84.

X1.3	0,444	0,581	Valid
X1.4	0,444	0,794	Valid
X1.5	0,444	0,755	Valid

Sumber: Data Primer Olahan 2021, SPSS ver. 21

Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai dari semua r_{hitung} pada setiap item menunjukkan nilai yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,444. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua item yang terdapat pada variabel X_1 dinyatakan Valid.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Variabel X_2 (Kepuasan Konsumen)

Item	R_{tabel} 5% (20)	R_{hitung}	Kesimpulan
X2.1	0,444	0,585	Valid
X2.2	0,444	0,707	Valid
X2.3	0,444	0,551	Valid
X2.4	0,444	0,773	Valid
X2.5	0,444	0,765	Valid
X2.6	0,444	0,679	Valid

Sumber: Data Primer Olahan 2021, SPSS ver. 21

Hasil uji validitas pada tabel 4.7 juga menunjukkan hal sama, yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan menggunakan r_{tabel} yang sama yaitu 0,444 semua r_{hitung} dinyatakan lolos uji validitas, sehingga semua

indikator dalam kuesioner dapat dinyatakan valid. Sehingga data tersebut dapat mengikuti pengujian selanjutnya.

Tabel 4.8

Uji Validitas Variabel Y (Daya Jual Produk IKM)

Item	$R_{\text{tabel } 5\% (20)}$	R_{hitung}	Kesimpulan
Y.1	0,444	0,621	Valid
Y.2	0,444	0,578	Valid
Y.3	0,444	0,726	Valid
Y.4	0,444	0,548	Valid
Y.5	0,444	0,661	Valid
Y.6	0,444	0,604	Valid

Sumber: Data Primer Olahan 2021, SPSS ver 21

Pada tabel ini data juga menunjukkan bahwa pada setiap item dikatakan valid. Dengan pembuktian bahwa nilai dari $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Terlihat dari r_{hitung} pada item Y.1 sampai pada item Y.6 memiliki nilai lebih besar dari 0,444.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah salah satu tahap awal pengujian data. Lebih tepatnya pengujian ini ditujukan pada alat pengukur dari suatu penelitian. Menurut Azwar, reliabilitas ialah menguji kecermatan dan

keakuratan suatu instrument dalam mengukur sesuatu. Reliabilitas juga sebagai konsistensi pengamatan yang didapat dari pencatatan atas subjek secara berulang.⁵⁵

Dalam penelitian ini uji reliabilitas juga menggunakan bantuan SPSS ver. 21. Data dinyatakan reliabel dengan menggunakan uji alpha (α). Uji signifikansi menggunakan taraf $\alpha = 0,05$ dan $N = 20$, sehingga didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,444. Berikut ialah hasil dari uji reliabilitas dari variabel X_1 , X_2 , dan Y .

Tabel 4.9

Uji Reliabilitas Variabel X_1 (Standardisasi Produk)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.684	5

Sumber: Data Primer Olahan 2021, SPSS Ver. 21

Dari hasil uji tersebut nilai yang digunakan dalam pengujian terdapat pada tabel Reliability Statistics di kolom *cronbach's Alpha* yang menunjukkan nilai 0,684. Data dianggap reliabel jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, pada uji ini dapat ditulis perbandingannya sebagai berikut. Nilai $R_{hitung} 0,684 > 0,444$ nilai R_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada variabel X_1 dinyatakan reliabel.

⁵⁵ *Ibid.*, Hal. 91.

Tabel 4.10**Uji Reliabilitas Variabel X₂ (Kepuasan Konsumen)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.764	6

Sumber: Data Primer Olahan 2021, SPSS Ver. 21

Pada tabel tersebut didapat bahwa nilai dari R_{hitung} ialah 0,764, artinya pada data ini juga memiliki nilai alpha yang yang lebih besar dari pada R_{tabel} . Sehingga dapat dihasilkan bahwa pengukuran data pada variabel X₂ juga dikatakan Reliabel.

Tabel 4.11**Uji Reliabilitas Variabel Y (Daya Jual Produk IKM)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.686	6

Sumber: Data Primer Olahan 2021, SPSS Ver. 21

Hasil pada tabel Variabel Y nilai R_{hitung} adalah 0,686 dan nilai tersebut lebih besar dari pada nilai R_{tabel} 0,444. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen pada data Y juga reliabel. Sehingga ketiga data dari X₁, X₂, dan Y dinyatakan reliabel dan dapat berlanjut ke pengujian selanjutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Setelah melalui tahapan pengujian validitas dan reliabilitas, selanjutnya data harus melalui uji normalitas. Yang mana tujuan dari uji normalitas ini berguna untuk mengetahui data yang diambil dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak, normal disini yang dimaksud ialah model regresinya. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov smirnov. Uji ini bermaksud untuk melihat kesesuaian data yang didapat dengan mengetahui antara distribusi rangkaian skor dalam hasil observasi dengan distribusi teoritis tertentu.⁵⁶

Ketentuan yang digunakan dalam uji ini ialah apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal, dan sebaliknya jika data kurang dari 0,05 maka data berdistribusi tidak normal.

Tabel 4.12

Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

⁵⁶ Desri Sirina Silalahi, dkk, "Pengaruh Pembelajaran Responsi Pada Mata Kuliah Kalkulus II Terhadap Hasil Belajar Mahasiswa Program Studi Pendidikan Matematika FIP UPH", *Jurnal EduMatSains*, Vol. 03, No. 02, Januari 2019, Hal. 173

		Unstandardized Residual
N		20
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.11986349
	Absolute	.116
Most Extreme Differences	Positive	.116
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		.518
Asymp. Sig. (2-tailed)		.951

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer Olahan 2021, SPSS Ver. 21

Tabel di atas diketahui nilai signifikansi yang ditunjukkan pada kolom Asymp. Sig. (2-tailed) ialah 0,951. Jika dilakukan pengujian untuk mengetahui normal tidaknya data penelitian maka nilai signifikansi tersebut memenuhi. Karena $0,951 > 0,05$ sehingga data tersebut dapat dinyatakan berdistribusi normal. Selain itu alternatif lain tanpa harus membandingkan dan penghitungan menggunakan bantuan SPSS, maka dapat dilihat dibawah tabel hasil uji juga sudah tertera pada opsi *(a) test distribution is normal*, yang artinya pengujian data ini berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berawal dari kata korelasi yang memiliki arti hubungan, Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara dua variabel atau lebih. Multikolinearitas terjadi karena adanya korelasi kuat antar variabel independen. Yang mana korelasi tersebut akan mempengaruhi nilai taksiran dari koefisien beta menjadi tidak stabil. Sehingga model data yang baik ialah data yang tidak mengalami multikolinearitas.⁵⁷

Dikatakan tidak mengalami multikolinearitas jika nilai tolerance $> 0,100$ dan nilai VIF $< 10,00$. Apabila hasil penghitungan menunjukkan sebaliknya maka model data dianggap multikolinearitas.

Tabel 4.13

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

⁵⁷ Nawari, *Analisis Regresi dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*, (Jakarta: PT Gramedia, 2010), Hal. 233.

(Constant)	15.926	6.347		2.509	.023		
Standardisasi Produk	.493	.216	.483	2.276	.036	.998	1.002
Kepuasan Konsumen	.021	.159	.029	.134	.895	.998	1.002

a. Dependent Variable: Daya Jual Produk

Sumber: Data Primer Olahan 2021, SPSS Ver. 21

Pada kolom Collinearity Statistics menunjukkan nilai tolerance ialah 0,998 dan nilai VIF ialah 1,002. Sesuai pada ketentuan diatas bahwa model tidak mengalami multikolinearitas karena nilai tolerance $0,998 > 0,100$ dan nilai VIF $1,002 < 10,00$. Sehingga disimpulkan bahwa model data tidak mengalami multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Dalam uji asumsi klasik tentu tidak boleh terlewatkan ialah uji heteroskedastisitas yang mana memiliki tujuan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan nilai varian dari error yang bersifat konstan dari pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Uji ini berguna untuk melihat ada tidaknya perbedaan varian dari nilai residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Data yang dinyatakan heteroskedastisitas ialah data yang memiliki nilai berbeda pada varian error setiap pengamatannya, sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi tidak valid untuk dijadikan sebagai ramalan. Jika berlaku hal

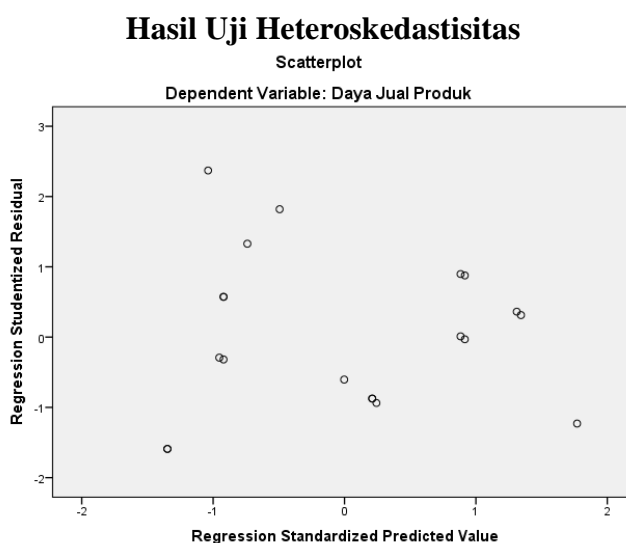
sebaliknya maka data dinyatakan homoskedastisitas. Model regresi yang baik maka harus berdistribusi homoskedastisitas atau tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.⁵⁸

Pada pengujian penelitian ini menggunakan uji *scatterplots*, yang mana akan menghasilkan diagram dengan titik-titik. Ketentuan apabila model regresi berdistribusi homoskedastisitas ialah sebagai berikut:

- 1) Titik-titik tersebar di atas dan di bawah sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik tidak hanya berkumpul dibawah saja.
- 3) Titik-titik yang menyebar tidak membentuk pola yang melebar lalu menyempit dan sebaliknya.
- 4) Penyebarannya tidak memiliki pola yang jelas.

Berikut ialah hasil dari pengujian heteroskedastisitas menggunakan uji *scatterplots*.

Gambar 4.1



⁵⁸ *Ibid.*, Hal. 227.

Dari hasil yang ditunjukkan gambar tersebut telah memenuhi ketentuan model regresi dapat dikatakan homoskedastisitas atau tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena pola yang ditunjukkan titik-titik pada gambar tersebut tidak jelas dan tersebar di atas dan bawah angka 0 dan tidak memiliki pola yang jelas. Selain itu penyebaran titik-titik tidak berkumpul pada satu tempat saja.

d) Uji Autokorelasi

Uji asumsi klasik yang terakhir ialah uji autokorelasi, uji ini dilakukan guna melihat ada tidaknya korelasi antar variabel akibat data bersifat time series atau runtut waktu, yang artinya hasil data yang diperoleh pada saat ini dipengaruhi oleh masa lalu. Data yang ideal haruslah terbebas dari autokorelasi.⁵⁹

Untuk pengujian autokorelasi dilakukan dengan Uji Durbin Watson (DW), nilai kritis DW akan dibandingkan dengan signifikansi DW pengujian.

Tabel 4.14

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1					

⁵⁹ *Ibid.*, Hal. 222.

1	.793 ^a	.629	.585	1.184	2.161
---	-------------------	------	------	-------	-------

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Standardisasi Produk

b. Dependent Variable: Daya Jual Produk

Sumber: Data Primer Olahan 2021, SPSS ver. 21

Pada tabel diatas didapat nilai Durbin Watson ialah 2,161. Ketentuan yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi dalam model regresi dengan membandingkan nilai dU dengan DW. Model regresi dinyatakan terbebas dari autokorelasi jika nilai dari $dU < DW < 4-dU$ atau dapat dikatakan bahwa nilai DW harus berada diantara dU dan 4- dU. Nilai dU dicari pada tabel Durbin-Watson berdasarkan nilai K (variabel bebas)= 2, n (Jumlah sampel) = 20, dan signifikansi sebesar 5%. Nilai dU yang didapat sebesar 1,5367, sedangkan nilai dari 4- dU ialah 2,4633. Dan dapat dituliskan dengan $dU (1,5367) < DW (2,161) < 4- dU (2,4633)$. Dapat juga ditarik kesimpulan bahwa model regresi ini tidak terjadi gejala autokorelasi, sehingga dapat dilanjutkan dengan pengujian selanjutnya.

3. Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda

Metode persamaan regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan pengaruh variabel sejumlah n yang bersifat klausal.⁶⁰ Variabel terikat akan dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel bebas sehingga memiliki hubungan. Dalam penelitian ini variabel tersebut

⁶⁰ Muhammad Teguh, *Metode Kuantitatif Untuk Analisis Ekonomu dan Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), Hal. 103.

antara lain daya jual produk (Y) sebagai variabel terikat dan dua variabel lainnya yaitu standardisasi produk (X_1) dan kepuasan konsumen (X_2) sebagai variabel bebas yang mempengaruhinya. Untuk mengetahui pengaruhnya maka dapat menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + e$$

Diketahui:	Y	=	Daya Jual Produk
	a	=	Konstanta
	b	=	Koefisien regresi
	X_1	=	Standardisasi Produk
	X_2	=	Kepuasan Konsumen
	e	=	Standar error

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.206	4.422		.951	.355
1 Standardisasi Produk	.669	.151	.656	4.438	.000

Kepuasan	.311	.111	.417	2.817	.012
Konsumen					

a. Dependent Variable: Daya Jual Produk

Sumber: Data Primer Olahan 2021, SPSS ver 21

Dari tabel hasil uji regresi tersebut maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,206 + 0,669.X_1 + 0,311.X_2 + e$$

Persamaan berikut menunjukkan seberapa besar nilai hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pada masing-masing variabelnya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 4,206, yang artinya ketika tidak terjadi perubahan pada variabel standardisasi produk (X_1) dan kepuasan konsumen (X_2) atau senilai nol, maka daya jual produk IKM di Kabupaten Blitar adalah sebesar 4,206 satuan.
2. Nilai dari koefisien regresi Standardisasi produk adalah 0,669, artinya jika standardisasi produk meningkat 1% dengan nilai konstanta (a) dan kepuasan konsumen (X_2) adalah nol, maka daya jual produk IKM (Y) di Kabupaten Blitar meningkat sebesar 66,9%. Dan dapat disimpulkan bahwa sesuai penelitian ini variabel standardisasi produk (X_1) berkontribusi positif terhadap daya jual produk IKM (Y) di Kabupaten Blitar.
3. Nilai dari koefisien regresi Kepuasan konsumen adalah sebesar 0,311, yang artinya pada peningkatan nilai variabel kepuasan konsumen (X_2)

sebesar 1% dengan asumsi bahwa nilai variabel standardisasi produk (X_1) dan konstanta (a) sebesar nol, maka daya jual produk IKM (Y) di Kabupaten Blitar meningkat sebesar 31,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen (X_2) berkontribusi positif terhadap daya jual produk IKM (Y) di Kabupaten Blitar.

4. Uji Hipotesis

a) Uji T (Parsial)

Uji T parsial atau sebagian ialah pengujian suatu data penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh setiap variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Pada pengujian ini kita akan mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel-variabel X terhadap variabel Y secara terpisah. Hipotesis yang ditentukan ialah sebagai berikut:

H_0 = Tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

H_1 = Terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

Dengan kriteria H_0 ditolak jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, nilai dari T_{tabel} ditentukan dengan melihat tabel signifikansi $0,05 : 2 = 0,025$ dan $df = N-k-1$ ($20-2-1$) = 17. Didapat nilai T tabel pada titik $0,025;17$ ialah 2,110. Untuk mengetahui apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan atau tidak dapat dilakukan perbandingan dengan sig 0,05, melalui ketentuan jika $sig < 0,05$ maka variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y .

Tabel 4.16
Hasil Uji T Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.206	4.422		.951	.355		
1 Standardisasi Produk	.669	.151	.656	4.438	.000	.998	1.002
Kepuasan Konsumen	.311	.111	.417	2.817	.012	.998	1.002

a. Dependent Variable: Daya Jual Produk

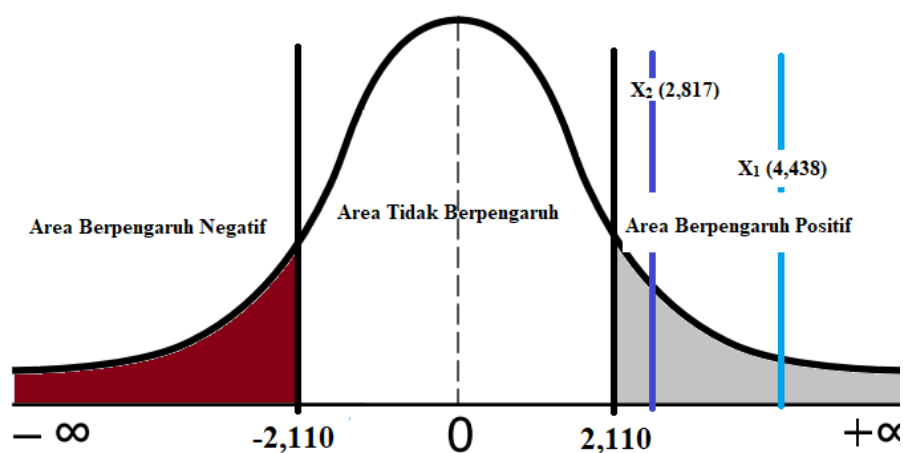
Sumber: Data Primer Olahan 2021, SPSS ver. 21

Selain dengan membandingkan hasil dari T hitung dengan T tabel dapat juga dengan menggunakan kurva untuk mengetahui bagaimana arah pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y. Dengan ketentuan jika letak dari T hitung berada di kanan T tabel (2,110) maka variabel tersebut memiliki pengaruh positif, sedangkan jika nilai T hitung berada diantara -2,110 dan 2,110 maka variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Pada nilai variabel X yang terletak di

kiri T tabel (-2,110) maka variabel X tersebut mempengaruhi variabel Y namun dengan pengaruh negatif.

Gambar 4.2

Kurva Arah Uji T Parsial



Dari tabel pengujian diatas diketahui bahwa nilai T hitung variabel standardisasi produk (X_1) sebesar $4,438 > 2,110$ dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$, sehingga perbandingan tersebut menolak H_0 dan menerima H_1 . Dan melalui kurva pada gambar 4.2 tersebut diketahui nilai T hitung variabel X_1 terdapat pada area berpengaruh positif karena berada di kanan nilai T tabel 2,110. Dan dapat ditarik kesimpulan bahwa standardisasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya jual produk IKM di Kabupaten Blitar.

Pada hasil pengujian variabel kepuasan konsumen (X_2) diketahui hasil T hitung sebesar $2,817 > 2,110$ dengan nilai signifikansi $0,012 <$

0,05, untuk arah pengaruh dari variabel kepuasan konsumen karena titik T hitung berada kanan titik T tabel sehingga menempati area berpengaruh positif. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan hasil bahwa variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif secara signifikan terhadap daya jual produk IKM di Kabupaten Blitar.

b) Uji F (Simultan)

Uji F simultan atau gabungan, digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen (X) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Y) secara signifikan. Pengujian ini merupakan lanjutan dari uji T parsial, karena ketika salah satu dari variabel yang diuji secara parsial diketahui tidak mempengaruhi belum tentu dalam pengujian simultan juga tidak mempengaruhi. Derajat kepercayaan yang digunakan untuk pengujian ini ialah sig. 0,05. H_0 ditolak dengan ketentuan $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka disimpulkan bahwa variabel X secara simultan mempengaruhi variabel Y. Hipotesis yang ditentukan ialah sebagai berikut:

H_0 = Tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel X terhadap variabel Y

H_1 = Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel X terhadap variabel Y

Untuk mengetahui berapa besar F tabel dapat dilihat pada Tabel F dengan rumus $K; (n-K) = 2; (20-2) = 2;18$. Dan K ialah jumlah variabel X dan n ialah jumlah data maka nilai F tabel didapat 3,55.

Tabel 4.17

Hasil Uji F Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.372	2	20.186	14.402	.000 ^b
	Residual	23.828	17	1.402		
	Total	64.200	19			

a. Dependent Variable: Daya Jual Produk

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Standardisasi Produk

Sumber: Data Primer Olahan 2021, SPSS ver. 21

Tabel Anova (*Analysis of Variance*) ialah tabel yang digunakan untuk mengetahui adakah perbedaan rerata (nilai rata-rata) antara dua variabel atau lebih. Hasil dari tabel tersebut digunakan untuk menganalisis pengaruh dari semua variabel bebas secara serentak atau bersama-sama terhadap bariabel terikat. Hasil tersebut ditunjukkan oleh kolom tabel F yang menunjukkan F hitung. F hitung ini yang nantinya akan dibandingkan dengan F tabel untuk mengetahui ada

tidaknya pengaruh ketika variabel independen diberlakukan secara bersama-sama. Nilai sig yang ditunjukkan dalam tabel anova berguna untuk melihat atau menganalisis signifikan tidaknya pengaruh yang diberikan semua variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat. Dari tabel 4.17 didapat nilai F hitung sebesar $14,402 > 3,55$ dan signifikansi $0,00 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Karena nilai dari signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga hasil yang diperoleh ialah variabel standarisasi produk dan kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya jual produk IKM di Kabupaten Blitar.

c) Uji Koefisien Determinasi

Setelah diketahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen dan bagaimana pengaruhnya, pada pengujian ini akan diketahui seberapa besar pengaruh yang dimiliki variabel independen.

Tabel 4.18

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.793 ^a	.629	.585	1.184	2.161

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Standardisasi Produk

b. Dependent Variable: Daya Jual Produk

Sumber: Data Primer Olahan 2021, SPSS ver. 21

Pada tabel hasil uji koefisien determinasi ditunjukkan pada kolom *R Square* sebesar 0,629. Prosentase besaran pengaruh variabel standardisasi produk dan kepuasan konsumen ialah sebesar $0,629 \times 100\% = 62,9\%$ pengaruh yang diberikan terhadap variabel daya jual produk IKM di Kabupaten Blitar. Sisanya sebanyak 37,1% dipengaruhi oleh variabel lain.