

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Industri Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri

Produk kerupuk rambak adalah salah satu jenis makanan ringan yang sudah membudaya dimasyarakat sebagai makanan pendamping yang terbuat dari kulit sapi maupun kerbau. Desa Sembung merupakan salah satu sentra industri kerupuk rambak terbesar dan terbaik di Kabupaten Tulungagung.

Industri kerupuk rambak kulit Sami Asri ini merupakan usaha yang dijalankan oleh keluarga secara turun temurun sejak tahun 1968 yang didirikan pertamakali oleh Alm. Bapak Syawali, yang dulunya bapak Syawali bekerja sebagai buruh dirumah orang yaitu bekerja membantu membuat kerupuk rambak. Pada tahun 1968 bapak Syawali mulai membuat kerupuk rambak sendiri dengan modal yang secukupnya untuk membuat kerupuk rambak. Pada tahun itu bapak Syawali menjual kerupuk secara mentahan atau bisa dikatakan masih setengah jadi, dengan pengambilan kulit di Surabaya yang dikirim dari luar Jawa, karena di Tulungagung kulit kerbau yang dibutuhkan masih sedikit sehingga mengambilnya di Surabaya. Pada saat jualan kerupuk rambak terkadang mengalami penurunan atau sepi, bapak Syawali juga bekerja sebagai tani sembako dengan menyewa lahan sawah untuk ditanami

sembako. Dengan seiring berjalannya waktu kerupuk rambak mulai terkenal dan banyak konsumen yang membutuhkan.

Pada tahun 1996 mulailah kerupuk rambak yang dijual sudah siap untuk disajikan atau dimakan dengan penjualannya yang dibantu oleh anak-anaknya. Proses yang digunakanpun unit produksi secara manual, untuk proses produksi masih menggunakan tenaga manusia mulai dari perendaman, pencabutan rambut, perebusan, seasoning, pengeringan, penggorengan, dan pengemasan. Pada tahun 2009 proses seasoning atau pembumbuan sudah tidak manual lagi melainkan menggunakan mesin karena produksi yang semakin banyak sehingga proses pembumbuan menggunakan mesin untuk mempercepat waktu pengerjaannya.

Pada tahun 2014 usaha kerupuk rambak kulit diteruskan oleh anaknya karena bapak Syawali meninggal dunia. Usahanya semakin berkembang sampai saat ini dengan banyaknya kulit yang dimasak dalam 1 bulan kurang lebih 500kg kulit. Untuk penjualannya kerupuk rambak kulit juga sampai luar kota seperti Kediri, Jombang, Mojokerto, Blitar, Trenggalek dan Tulungagung, usaha ini masih berjalan sampai saat ini.

2. Profil Industri Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri

Salah satu UMKM yang ada di Tulungagung adalah industri kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung yang sudah memiliki nama di hati masyarakat. Industri kerupuk rambak kulit Sami Asri merupakan usaha rumah tangga dalam bidang makanan ringan

dengan memproduksi olahan sendiri yaitu kerupuk rambak. Industri kerupuk rambak Sami Asri bertempat di Jalan Moh Hatta 46 H, Sembung Tulungagung.

Sebuah industri makanan yang diketahui jumlah tenaga kerjanya 20 orang dengan sistem panggilan yaitu ketika industri membutuhkan tenaga karyawan diharapkan karyawan tersebut dapat bekerja selama beberapa hari atau beberapa minggu berturut-turut, industri ini dirintis selama 53 tahun dimulai dari awal tahun 1968 dengan penghasilan dan pekerja yang sedikit dengan memproduksi masih menggunakan alat tradisional. Dengan seiringnya waktu industri ini mulai berkembang dengan memiliki karyawan sebesar 20 orang pekerja dan omsetnya mencapai puluhan juta dan penjualannya juga sudah dibebberapa kota seperti Kediri, Jombang, Mojokerto, Blitar, Trenggalek dan Tulungagung.

Sebagian besar usaha kecil mulai tumbuh dan berkembang merupakan usaha keluarga yang turun temurun seperti indutri kerupuk rambak Sami Asri. Perkembangan industri kerupuk rambak kulit di Tulungagung terutama di Sembung mengalami banyak kemajuan dari segi kuantitasnya. Dapat dilihat dari banyaknya industri rumahan kerupuk rambak kulit di Tulungagung di daerah Sembung yang sekarang terkenal dan menjadi salah satu UMKM terbesar di Tulungagung. Usaha kerupuk rambak Sami Asri ini walaupun sudah

berdiri sejak 53 tahun sampai sekarang masih mampu untuk bersaing dengan industri kerupuk rambak kulit yang lainnya.

3. Struktur organisasi

Struktur organisasi perusahaan merupakan pembagian tata tugas perorangan yang berada di perusahaan untuk diberikan tanggung jawab mengelola usaha. Adapun struktur organisasi pada industri kerupuk rambak kulit Sami Asri yaitu terdiri dari:

a. Pemilik

Pemilik adalah pemegang saham atau pemilik modal sepenuhnya yang mempunyai wewenang terbesar dalam pengambilan keputusan serta memiliki hak penuh untuk mengendalikan industrinya.

b. Pengelola

Pengelola yaitu bertugas sebagai tangan kanan dari pemilik perusahaan dalam hal kepentingan apapun, dapat juga menggantikan pemilik perusahaan apabila pemilik perusahaan sedang berhalangan. Pengelola juga bertanggung jawab atas jalannya suatu proses produksi.

c. Administrasi

Administrasi bertugas dalam hal pengelolaan keuangan dan bertugas membuat laporan bulanan atas pengeluaran dan pendapatan perusahaan.

d. Pengawasan

Pengawasan bertugas untuk mengawasi proses jalannya produksi mulai dari penyiapan bahan baku hingga proses pengemasan agar dapat dikendalikan dengan baik.

e. Pemasaran

Pemasaran bertugas untuk memasarkan produknya kepada masyarakat.

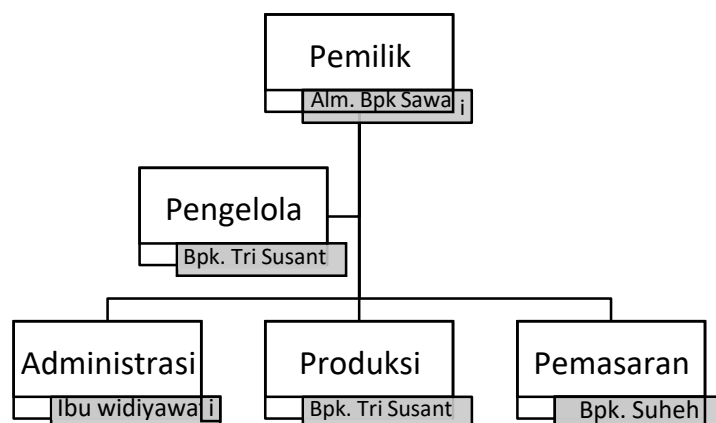
f. Produksi

Proses produksi ini bertugas memproduksi produk dari awal pembuatan hingga akhir pembuatan suatu produk.

Gambar 4.1

Struktur Organisasi

Industri Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri



B. Deskripsi Karakteristik Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen industri kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung yang berjumlah 104 orang. Adapun jumlah sampel yang ditentukan dalam penelitian ini adalah 51 responden. Penentuan sampel yang ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi dari responden dalam penelitian maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Adapun gambaran dari karakteristik responden dalam penelitian adalah karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.1

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Laki-laki	22	43%
2.	Perempuan	29	57%
Total		51	100%

Berdasarkan Tabel 4.1, diketahui bahwa dari 51 responden atau konsumen industri kerupuk rambak Sami Asri Sembung Tulungagung jumlah responden berjenis kelamin laki-laki adalah 22 atau 43%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan 29 responden atau 57%. Dari data tersebut diketahui bahwa responden berjenis laki-laki lebih sedikit dari pada responden berjenis perempuan.

C. Deskripsi Variabel

Berikut ini adalah rekapitulasi kuesioner penelitian untuk masing-masing item pernyataan dari variabel harga, selera konsumen, kualitas produk dari variabel bebas dan kepuasan konsumen dari variabel terikat. Berikut ini adalah tabel hasil dari tiap-tiap item pernyataan.

Tabel 4.2

Data Deskripsi Variabel Harga (X₁)

ITEM	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	28	55 %	20	39 %	3	6 %	0	0 %	0	0 %
X1.2	25	49 %	23	45 %	3	6 %	0	0 %	0	0 %
X1.3	25	49 %	20	39 %	6	12 %	0	0 %	0	0 %
X1.4	21	41 %	17	33 %	13	26 %	0	0 %	0	0 %
X1.5	33	65 %	11	22 %	7	14 %	0	0 %	0	0 %

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat diketahui bahwa variabel harga (X₁), pada item (X1.1) yaitu dari 51 responden terdapat 28 responden atau 55% responden menyatakan sangat setuju, 20 responden atau 39% responden menyatakan setuju dan 3 responden atau 6% menyatakan netral. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung setuju bahwa harga kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung terjangkau oleh semua kalangan.

Pada item (X1.2) yaitu dari 51 responden terdapat 25 responden atau 49% responden menyatakan sangat setuju, 23 responden atau 45% responden menyatakan setuju dan 3 responden atau 6% menyatakan netral. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa harga

minimum yang ditetapkan kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung murah.

Pada item (X1.3) yaitu dari 51 responden terdapat 25 responden atau 49% responden menyatakan sangat setuju, 20 responden atau 39% responden menyatakan setuju dan 6 responden atau 12% menyatakan netral. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa harga kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung mampu bersaing dengan penjual di luar daerah Sembung Tulungagung.

Pada item (X1.4) yaitu dari 51 responden terdapat 21 responden atau 41% responden menyatakan sangat setuju, 17 responden atau 33% responden menyatakan setuju dan 13 responden atau 26% menyatakan netral. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa harga kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung sesuai dengan kualitas produknya.

Pada item (X1.5) yaitu dari 51 responden terdapat 33 responden atau 65% responden menyatakan sangat setuju, 11 responden atau 22% responden menyatakan setuju dan 7 responden atau 14% menyatakan netral. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa harga kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung sesuai dengan manfaat yang dirasakan.

Tabel 4.3**Data Deskripsi Variabel Selera Konsumen (X₂)**

ITEM	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	11	22 %	34	66 %	6	12 %	0	0 %	0	0 %
X1.2	11	22 %	40	78 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
X1.3	9	18 %	31	60 %	11	22 %	0	0 %	0	0 %
X1.4	17	33 %	14	28 %	20	39 %	0	0 %	0	0 %
X1.5	4	8 %	30	59 %	17	33 %	0	0 %	0	0 %

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa variabel selera konsumen (X₂), pada item (X2.1) yaitu dari 51 responden terdapat 11 responden atau 22% responden menyatakan sangat setuju, 34 responden atau 66% responden menyatakan setuju dan 6 responden atau 12% menyatakan netral. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung setuju bahwa kerupuk rambak kulit yang ditawarkan memiliki beberapa macam pengolahan.

Pada item (X2.2) yaitu dari 51 responden terdapat 11 responden atau 22% responden menyatakan sangat setuju, 40 responden atau 78% responden menyatakan setuju. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung setuju bahwa kerupuk rambak kulit dengan ketahanan dan kerenyahan cukup lama.

Pada item (X2.3) yaitu dari 51 responden terdapat 9 responden atau 18% responden menyatakan sangat setuju, 31 responden atau 60% responden menyatakan setuju dan 11 responden atau 22% menyatakan

netral. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung setuju bahwa harga kerupuk rambak kulit Sami Asri yang diberikan pas dikantong konsumen.

Pada item (X2.4) yaitu dari 51 responden terdapat 17 responden atau 33% responden menyatakan sangat setuju, 14 responden atau 28% responden menyatakan setuju dan 20 responden atau 39% menyatakan netral. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung netral bahwa pembelian kerupuk rambak kulit karena terbukti dengan kualitas produknya.

Pada item (X2.5) yaitu dari 51 responden terdapat 4 responden atau 8% responden menyatakan sangat setuju, 30 responden atau 59% responden menyatakan setuju dan 17 responden atau 33% menyatakan netral. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung setuju karena rasa suka terhadap kerupuk rambak kulit sehingga membeli kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung.

Tabel 4.4

Data Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X₃)

ITEM	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	28	55 %	20	39 %	3	6 %	0	0 %	0	0 %
X1.2	25	49 %	23	45 %	3	6 %	0	0 %	0	0 %
X1.3	25	49 %	20	39 %	6	12 %	0	0 %	0	0 %
X1.4	21	41 %	17	33 %	13	26 %	0	0 %	0	0 %
X1.5	33	64 %	11	22 %	7	14 %	0	0 %	0	0 %

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.4, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (X3), pada item (X3.1) yaitu dari 51 responden terdapat 28 responden atau 55% responden menyatakan sangat setuju, 20 responden atau 39% responden menyatakan setuju dan 3 responden atau 6% menyatakan netral. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa kemasan produk kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung rapi dan baik.

Pada item (X3.2) yaitu dari 51 responden terdapat 25 responden atau 49% responden menyatakan sangat setuju, 23 responden atau 45% responden menyatakan setuju dan 3 responden atau 6% menyatakan netral. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa produk kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung sangat berkualitas.

Pada item (X3.3) yaitu dari 51 responden terdapat 25 responden atau 49% responden menyatakan sangat setuju, 20 responden atau 39% responden menyatakan setuju dan 6 responden atau 12% menyatakan netral. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung memiliki beberapa macam pilihan rasa kulit.

Pada item (X3.4) yaitu dari 51 responden terdapat 21 responden atau 41% responden menyatakan sangat setuju, 17 responden atau 33% responden menyatakan setuju dan 13 responden atau 26% menyatakan

netral. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung sangat renyah.

Pada item (X3.5) yaitu dari 51 responden terdapat 33 responden atau 64% responden menyatakan sangat setuju, 11 responden atau 22% responden menyatakan setuju dan 7 responden atau 14% menyatakan netral. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa produk kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung memberikan rasa yang khas dan gurih.

Tabel 4.5

Data Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

ITEM	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	20	39 %	31	61 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Y2	29	7 %	22	43 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Y3	30	9 %	12	24 %	9	18 %	0	0 %	0	0 %
Y4	4	8 %	41	80 %	6	12 %	0	0 %	0	0 %
Y5	17	33 %	31	61 %	3	6 %	0	0 %	0	0 %

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.5, dapat diketahui bahwa variabel kepuasan konsumen (Y), pada item (Y) yaitu dari 51 responden terdapat 20 responden atau 39% responden menyatakan sangat setuju, 31 responden atau 61% responden menyatakan setuju. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung setuju bahwa merasa puas setelah membeli produk kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung.

Pada item (Y) yaitu dari 51 responden terdapat 29 responden atau 57% responden menyatakan sangat setuju, 22 responden atau 43%

responden menyatakan setuju. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh produsen kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung.

Pada item (Y3) yaitu dari 51 responden terdapat 30 responden atau 59% responden menyatakan sangat setuju, 12 responden atau 24% responden menyatakan setuju dan 9 responden atau 18% menyatakan netral. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung sesuai dengan selera.

Pada item (Y4) yaitu dari 51 responden terdapat 4 responden atau 8% responden menyatakan sangat setuju, 41 responden atau 80% responden menyatakan setuju dan 6 responden atau 12% menyatakan netral. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung setuju bahwa ingin mengonsumsi kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung karena harga yang diberikan lebih murah dengan kualitas bagus.

Pada item (Y5) yaitu dari 51 responden terdapat 17 responden atau 33% responden menyatakan sangat setuju, 31 responden atau 61% responden menyatakan setuju dan 3 responden atau 6% menyatakan netral. Dapat dikatakan bahwa responden cenderung setuju bahwa Kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung mudah untuk didapatkan.

D. Uji Keabsahan Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan analisis untuk mengukur valid atau tidaknya item pernyataan kuesioner menggunakan metode *person's product moment correlation*. Suatu data dapat dikatakan valid ketika r-hitung lebih besar dari pada r-tabel. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 51 responden. Dari jumlah responden tersebut, dapat diketahui besarnya r-tabel adalah 0.2329 ($df = n-2=51-2 = 49$) dengan taraf kesalahan sebesar 10%. Jadi, data dikatakan valid ketika nilai r-hitung pada *Corrected Item- Total Correlation* lebih besar dari r-tabel = 0.2329. Berikut hasil uji validitas dari masing-masing variabel:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Person Correlation	(N=51) Taraf Signifikansi 10%	Keterangan
Harga	X1.1	0.726	0.2329	Valid
	X1.2	0.649	0.2329	Valid
	X1.3	0.780	0.2329	Valid
	X1.4	0.762	0.2329	Valid
	X1.5	0.652	0.2329	Valid
Selera Konsumen	X2.1	0.738	0.2329	Valid
	X2.2	0.636	0.2329	Valid
	X2.3	0.568	0.2329	Valid
	X2.4	0.878	0.2329	Valid
	X2.5	0.717	0.2329	Valid
Kualitas Produk	X3.1	0.726	0.2329	Valid
	X3.2	0.649	0.2329	Valid
	X3.3	0.780	0.2329	Valid
	X3.4	0.762	0.2329	Valid
	X3.5	0.652	0.2329	Valid
Kepuasan Konsumen	Y1	0.702	0.2329	Valid
	Y2	0.625	0.2329	Valid
	Y3	0.946	0.2329	Valid
	Y4	0.656	0.2329	Valid
	Y5	0.671	0.2329	Valid

Sumber: data diolah SPSS 16.0

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan di atas adalah valid karena diketahui bahwa nilai pada *Corrected Item Total Correlation* atau r-hitung lebih besar dibanding r-tabel yaitu 0.2329. Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut valid secara statistic serta layak untuk di uji.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian atau memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat. Pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya. Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*.

Adapun hasil uji reliabilitas dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga	0.757	Reliabel
Selera Konsumen	0.748	Reliabel
Kualitas Produk	0.757	Reliabel
Kepuasan Konsuemen	0.777	Reliabel

Sumber: data dioleh SPSS 16.0

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0.61 yaitu variabel harga (X1) diperoleh 0.757, selera konsumen (X2) diperoleh 0.748, kualitas produk (X3) diperoleh 0.757 dan kepuasan konsumen (Y) diperoleh 0.777. Hal ini berarti pernyataan setiap variabel dalam kuesioner pada penelitian ini adalah reliabel dan layak di uji.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh berdistribusi normal atau mendekati normal, karena data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Uji distribusi normal merupakan syarat untuk semua uji statistik. Uji normalitas dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah uji kolmogorof-smirnov.

Tabel 4.8

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67282641
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.101
	Negative	-.123
Kolmogorov-Smirnov Z		.877
Asymp. Sig. (2-tailed)		.425

a. Test distribution is Normal.

Sumber: data diolah SPSS 16.0

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* yang diperoleh pada angka probabilitas atau asymp. Sig (2-tailed) variabel sebesar 0.425. Maka dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$ yang artinya nilai sig (2-

tailed) lebih besar dari α ($0.425 > 0.05$). sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi uji multikolinearitas dinyatakan jika nilai VIF (*Variance inflation factor*) tidak lebih dari 10 maka model bebas dari multikolinearitas.

Tbel 4.9

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.205	3.266		2.206	.032		
Harga	.436	.110	.521	3.981	.000	.810	1.234
Selera Konsumen	.020	.122	.021	.161	.873	.804	1.244
Kualitas Produk	.202	.099	.241	2.036	.047	.991	1.009

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data diolah SPSS 16.0

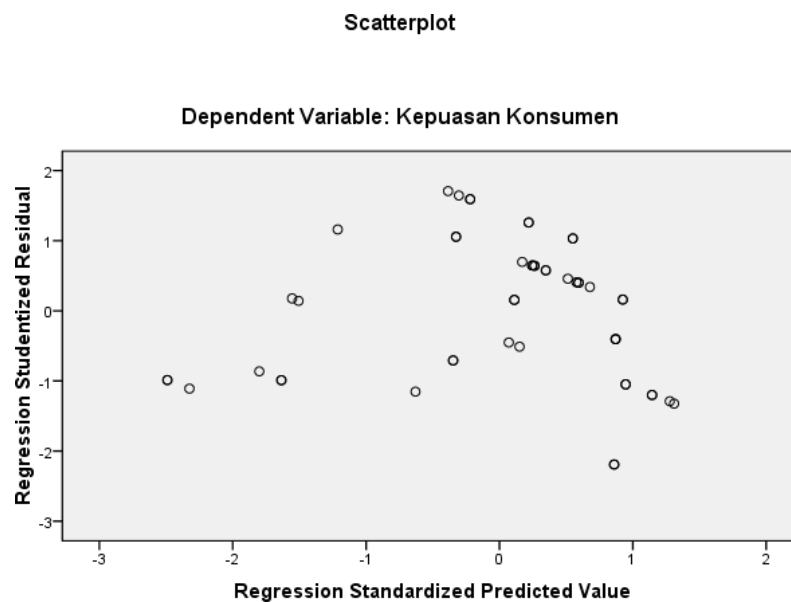
Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai VIF dari Variabel harga (X1) sebesar $1.234 < 10.00$, variabel selera konsumen (X2) sebesar $1.244 < 10.00$, variabel kualitas produk (X3) sebesar 1.009

< 10.00. hasil dari VIF menunjukkan bahwa semua variabel terbebas dari asumsi klasik multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.2

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data diolah SPSS 16.0

Berdasarkan grafik scatterplot diatas menunjukkan bahwa titik-titik yang ada tidak membentuk pola yang teratur, dan titik-titik yang ada menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Penelitian ini melakukan uji autokorelasi menggunakan metode Run Test. Dan berikut ini hasil perhitungan statistik menggunakan aplikasi SPSS 16.0 :

Tabel 4.10
Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.26604
Cases < Test Value	25
Cases >= Test Value	26
Total Cases	51
Number of Runs	27
Z	.144
Asymp. Sig. (2-tailed)	.885

a. Median

Sumber: data diolah SPSS 16.0

Berdasarkan Tabel 4.10 diperoleh nilai sebesar 0,885 lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis ini menyatakan menyebar secara acak diterima. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam persamaan regresi tersebut.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel harga, selera konsumen, kualitas produk (independen) terhadap kepuasan konsumen (dependen) dengan menggunakan uji regresi linier berganda.

Tabel 4.11
Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.205	3.266		2.206	.032		
	Harga	.436	.110	.521	3.981	.000	.810	1.234
	Selera Konsumen	.020	.122	.021	.161	.873	.804	1.244
	Kualitas Produk	.202	.099	.241	2.036	.047	.991	1.009

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data diolah SPSS 16.0

Berdasarkan Tabel 4.11 hasil Coefisients yang diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$Y = 7,205 + 0,436. X_1 + 0,020. X_2 + 0,202. X_3$$

Hasil persamaan regresi bergabda diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Hasil Constant sebesar 7,205 artinya jika ketika variabel harga, selera konsumen, dan kualitas produk bernilai Constant (tetap) maka kepuasan konsumen akan meningkat 7,205.
- b. Variabel harga (X1) sebesar 0,436 menyatakan bahwa setiap penambahan Rp.1 dari harga maka meningkatnya kepuasan konsumen sebesar 0,436. Dan sebaliknya jika harga menurun Rp.1 maka kepuasan

konsumen akan diprediksi menurun sebesar 0,436. Koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara harga dengan kepuasan konsumen. Maka semakin tinggi skor harga, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

- c. Variabel selera konsumen (X_2) sebesar 0,020 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 dari selera konsumen maka meningkatnya kepuasan konsumen sebesar 0,020. Dan sebaliknya jika selera konsumen menurun 1 maka kepuasan konsumen akan diprediksi menurun sebesar 0,020. Koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara selera konsumen dengan kepuasan konsumen. Maka semakin tinggi skor selera konsumen, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen.
- d. Variabel kualitas produk (X_3) sebesar 0,202 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 dari kualitas produk maka meningkatnya kepuasan konsumen sebesar 0,202. Dan sebaliknya jika kualitas produk menurun 1 maka kepuasan konsumen akan diprediksi menurun sebesar 0,202. Koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Maka semakin tinggi skor kualitas produk, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh harga, selera konsumen, dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri Sembung Tulungagung. Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} menunjukkan diterimanya hipotesis yang diajukan. Nilai t_{hitung} dapat dilihat dari pada hasil regresi dan nilai t_{tabel} didapat melalui $\text{sig. Alpha} = 0,05$ $df = n-k$. Dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara simultan.
2. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya ada pengaruh secara simultan.

Tabel 4.12**Hasil Uji t**

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.205	3.266		2.206	.032		
	Harga	.436	.110	.521	3.981	.000	.810	1.234
	Selera Konsumen	.020	.122	.021	.161	.873	.804	1.244
	Kualitas Produk	.202	.099	.241	2.036	.047	.991	1.009

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data diolah SPSS 16.0

1. Pengaruh harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y)

H_0 : β_1 = Harga (X1) tidak berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen (Y).

H_a : β_1 = Harga (X1) berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan hasil uji t melalui SPSS versi 16.0 dalam tabel 4.12 diperoleh nilai signifikansi variabel harga adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t variabel harga kurang dari 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari pengujian parsial ini adalah harga berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh selera konsumen (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

$H_0 : \beta_2 =$ Selera konsumen (X1) tidak berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen (Y).

$H_a : \beta_2 =$ Selera konsumen (X1) berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan hasil uji t melalui SPSS versi 16.0 dalam tabel 4.12 diperoleh nilai signifikansi variabel selera konsumen adalah 0,873. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t variabel selera konsumen lebih dari 0,05 yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil dari pengujian parsial ini adalah selera konsumen tidak berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh kualitas produk (X3) terhadap kepuasan konsumen

$H_0 : \beta_3 =$ Kualitas produk (X1) tidak berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen (Y).

$H_a : \beta_3 =$ Kualitas produk (X1) berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan hasil uji t melalui SPSS versi 16.0 dalam tabel 4.11 diperoleh nilai signifikansi variabel kualitas produk adalah 0,047. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t variabel kualitas produk kurang dari 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari pengujian parsial ini adalah kualitas produk berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen.

b. Uji F

Uji f digunakan untuk menguji apakah pengaruh variabel independen terhadap dependen secara simultan atau bersama-sama.

Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.13

Hasil Uji f

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	74.239	3	24.746	8.313	.000 ^a
	Residual	139.917	47	2.977		
	Total	214.157	50			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Selera Konsumen

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data dioleh SPSS 16.0

H_0 : $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Harga (X1), Selera konsumen (X2), dan Kualitas produk (X3) tidak berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen (Y).

H_a : $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Harga (X1), Selera konsumen (X2), dan Kualitas produk (X3) tidak berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.13 diatas pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan diperoleh signifikan 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji F variabel harga, selera konsumen dan kualitas produk kurang dari 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari pengujian simultan ini adalah harga. Selera

konsumen dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Untuk lebih jelasnya, rekapitulasi hasil analisis disajikan dalam tabel 4.14 berikut ini:

Tabel 4.14
Rekapitulasi Hasil Analisis

Jenis Uji	Variabel	Nilai sig.	Kriteria
Uji t (Parsial)	Harga	0,000 < 0,05	Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
Uji t (Parsial)	Selera Konsumen	0,873 > 0,05	Selera konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
Uji t (Parsial)	Kualitas Produk	0,047 < 0,05	Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
Uji F (Simultan)	Harga, selera konsumen. Dan kualitas produk	0,000 < 0,05	Harga, selera konsumen. Dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil analisis koefisien determinasi.

Tabel 4.15

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.589 ^a	.347	.305	1.725	2.150

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Selera Konsumen

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data diolah SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai korelasi atau hubungan R sebesar 0,589 dan dijelaskan besarnya presentase pengaruh variabel dependen dengan koefisien determinasi yang merupakan hasil pengkuadratan dari R. Dari output diatas diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,347, artinya pengaruh variable Harga (X1), Selera Konsumen (X2) dan Kualitas Produk (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 34,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.