BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Objek Penelitian

1. Sejarah singkat Konveksi Konco Dewe Desa Gondang Kecamatan Pace kabupaten Nganjuk

Seperti yang telah dijelaskan dibagian awal, bahawa konveksi Konco Dewe merupakan suatu industry yang bersedia memenuhi kebutuhan berpakaian, seperti baju, celana, gamis, kaos, rok, seragam sekolah, baju pegawai, masker dsb. Selain beberapa hal tersebut, para konsumen juga dapat melakukan penyablonan untuk baju yang ingin disablon, karena konveksi Konco Dewe juga menyediakan sablon, untuk itu jika konsumen ingin memesan baju beserta sablon dikonveksi sudah tersedia.

Sedangakan tujuan awal didirikannya Konveksi Konco Dewe adalah untuk mempermudah pemenuhan kebutuhan masyarakat yang ingin membuat baju sesuai dengan keinginan masing-masing konsumen. Seiring berjalanya waktu, tingkat pemasaran konveksi terus meningkat. Selain itu, pengembangan kualitas produknya sesuai dengan kebutuhan para konsumen, sehingga usaha pengelolaan dan pengembangan usaha-nya dapat berjalan dengan lancar.

Mengenai Konveksi Konco Dewe, konveksi resmi didirikan pada tahun 2011. Konveksi tersebut diberi nama “ Konvesi Konco Dewe” karena dulunya konveksi tersebut hanyalah teman-temannya sendiri yang berdatangan untuk menjahit dan mengecilkan baju. Seiring denga berjalannya waktu konveksi Konco

Dewe tersebut banyak yang tahu mulai dari mulut ke mulut sanapai online seperti, Facebook,Instagram,dan juga WhatsAap. Dikarenakan sekarang jamanya serba digital maka dari itu pemilik konveksi tersebut memperkenalkan usahanya lewat Online. Konveksi Konco Dewe didirikan oleh Bapak Tegus Ari Wibowo dan istrinya yang bernama Ibu Nurul Kholisiyah. Sepasang suami istri ini menggeluti usaha tersebut dari yang paling bawah, dan dikarenakan juga istrinya hoby menjahit sehingga beliau berinisiatif untuk membuka usaha kecil-kecilan yntuk menyambung hidup.

Salah satu alasan beliau membuka usaha tersebut adalah mengikuti pasar, dikarenakan musim yang sekarang ini banyak sekali orang yang membutuhkan tenaga jasa khususnya menjahit baju. Didalam kesuksesan yang dicapai tidaklah terlepas dari suatu hal yang sulit atau kendala dalam usahanya tersebut, kendalanya yaitu persaingan harga jual, yang dikarenakan konveksi lain memberikah harga yang lebih murah sedangkan kualitas rendah. Akan tetapi, konvesi Konco Dewe tidak kehabisan akal dengan cara selalu menjaga kualitas produk dan harga sesuai dengan apa yang telah disediakan sesuai dengan produknya dengan begitu pelanggan mulai menyukainya hingga sampai sekarang usaha-nya dapat berjalah dengan lancar.

2. Visi-Misi Konveksi Konco Dewe Gondang Pace Nganjuk

a. Visi

Konveksi Konco Dewe menetapkan suatu visi dalam proses pendiriannya dan pengembangn-nya, yaitu “Menjadi

konveksi yang mengutamakan kedisiplinan dan kejujuran dalam memenuhi kepuasan para konsumen".

b. Misi

Misi dari Konveksi Konco Dewe adalah "Menjadi tujuan utama bagi pelanggan yang mencari layanan jasa yang bermanfaat,memuaskan dan terjamin".

3. Pengelola Konveksi Konco Dewe

Dalam proses pelaksanaan usahanya, pengelolaan usaha dari Konveksi Konco Dewe yaitu Oleh Sepasang suami istri yang bernama Teguh Ari Wibowo dan Ibu Nurul Kholisiyah dan tujuh karyawannya.

4. Bidang Usaha Konveksi Konco Dewe

Sebagai usaha jasa yang memenuhi kebutuhan sandang bagi masyarakat, Konveksi Konco Dewe selalu berusaha untuk menambah kemudahan dan kenyamanan masyarakat dalam mencari jasa pembuatan baju, gamis, celana dsb. Selain itu, konveksi juga menyediakan sablon, demi menambah kenyamanan para pelanggan dalam pemanfaatan jasa serta melakukan proses pesanan melalui online sehingga pelanggan yang rumahnya jauh bisa dengan mudah memesan tanpa harus datang ketempat konveksi, dan bahkan konveksi bisa mengantarkan pesanan sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh pelanggan.

B. Karakteristik Responden

Langkah yang dilakukan penulis sebelum melakukan analisis adalah memberikan penjelasan tentang berbagai data responden yang berperan sebagai populasi. Penelitian ini menggunakan para pelanggan dari Konveksi Konco Dewe sebagai populasi-nya. Sedangkan, kuantitas dari sampel penelitian-nya yang diambil secara kebetulan, dan peneliti mendapatkan sampel sejumlah 40 orang. Masing-masing responden dipersilahkan untuk memberikan jawaban-jawaban mereka atas berbagai pernyataan didalam angket yang telah penulis sediakan dengan menggunakan skala *likert.*

1. Jenis Kelamin

   Seluruh responden yang terdiri dari para Pelanggan Konveksi Konco Dewe memiliki data jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Pria	28	40%
2	Wanita	42	60%
TOTAL		70	100%

Sumber : Data Angket yang telah diolah,2021

Sementara itu, frekuensi dan presentase dari data jenis kelamin responden ini disajikan dalam bentu diagram. Sehinggan, pembaca mampu memahami karakteristik berdasarkan jenis kelamin-nya dengan lebih mudan dan jelas. Berdasarkan table dan diagram diatas, responden dalam penelitian

ini didominasi oleh para wanita, dengan jumlah responden 42 orang (60%). Jumlah mereka mengungguli para responden pria yang berjumlah 28 orang (40%). Mungkin perbandingan tersebut belum dapat menjadi tolak ukur dari identitas seluruh populasi. Namun, hal tersebut dapat menunjukkan bahwa baik para masyarakat pria maupun wanita sama-sama memiliki minat dan kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan pokok sandang dam menggunkan jasa Konveksi Konco Dewe.

2. Usia

Seluruh responden yang terdiri dari para pelanggan Konvesksi Konco Dewe memiliki data usia sebagai berikut:

Tabel 4.2

Usia Responden

No.	**Usia**	**Frekuensi**	**Presentasi**
1	<20 Tahun	0	0%
2	20-30 Tahun	17	24,28
3	30-40 Tahun	23	32,85%
4	>40 Tahun	30	42,85%
Jumlah		70	100

Sumber: Data Angket yang telah diolah,2021

Sedangkan, frekuensi dan presentase dari data usia responden ini juga disajikan dalam bentuk diagram. Sehingga, pe,baca dapat memahami karakteristik responden berdasarkan usia-nya lebih mudah dan jelas.Berdasarkan table dan diagram diatas, responden dalam penelitian ini yang memiliki usia dibawah 20 tahun berjumlah 0 orang (0%), responden

berusia 20-30 tahun berjumlah 17 orang (24,28%), responden 30-40 tahun berjumlah 23 orang (32,85%), dan usia diatas 40 tahun berjumlah 30 orang (42,85%). Hal tersebut memiliki minat dan kebutuhan untuk berbelanja dan menggunakan jasa Konveksi Konco Dewe.

3. Tingkat Pendidikan Terakhir

Seluruh responden yang terdiri dari para pelanggan Konveksi Konco Dewe memiliki data tingkat pendidikan terakhir sebagai berikut.

Tabel 4.3

Tingkat PendidikanTerakhir Responden

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase
1	SD	10	14.28%
2	SMP	14	20%
3	SMA	28	40%
4	Sarjana	18	25,71%
Jumlah		70	100%

Sementara itu, frekuensi dan presentasi dari data tingkat pendidikan terakhir responden ini juga disajikan dalam bentuk diagram. Sehingga, pembaca dapat memahami karakteristik responden berdasarkan usia-nya dengan lebih mudah dan jelas.Berdasarkan table dan diagram diatas, responden dalam penelitian ini yang memiliki tingkat pendidikan SD (sederajat) berjumlah 17 orang (14,28%), responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMP (sederajat) sejumlah 14 orang (20%), resonden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA (sederajat) berjumlah 28 orang

(40%), dan yang memiliki tingkat pedidikan terakhir Sarjana berjumlah 18 orang (25,71%). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat masing-masing memiliki tingkat pendidikan terkhir yang berbeda-beda tersebut sama-sama memiliki minat serta kebutuhan untuk menggunakan jasa Konveksi Konco Dewe.

4. Tingkat Perkerjaan

Seluruh responden yang terdiri dari para pelanggan Konveksi Konco Dewe memiliki data tingkat pekerjaan sebagai berikut.

Tabel 4.4

Tingkat Pekerjaan Responden

No	**Pekerjaan**	**Frekuensi**	**Presentase**
1	Pelajar/Mahasiswa	**7**	**10%**
2	Petani	**5**	**7,14%**
3	Pegawai Swasta	**10**	**14,28%**
4	Pegawai Negeri	**10**	**14,28%**
5	Wiraswasta	**20**	**28,57%**
6	Ibu Rumah Tangga	**18**	**25,71%**
Jumlah		**70**	**100%**

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Sementara itu, frekuensi dan presentasi dari data tingkat pendidikan terakhir responden ini juga disajikan dalam bentuk diagram. Sehingga, pembaca dapat memahami karakteristik responden berdasarkan usia-nya dengan lebih mudah dan jelas.Berdasarkan table dan diagram diatas, responden dalam penelitian ini yang memiliki tingkat pekerjaan pelajar/mahasiswa berjumlah 7 orang (10%), responden dengan pekerjaann

petani sejumlah 5 orang (7,14%), resonden dengan pekerjaan pegawai swasta berjumlah 10 orang (14,28%), responden dengan pekerjaan pegawai negeri berjumlah 10 orang (14,28%), responden dengan pekerjaan wiraswasta berjumlah 20 orang (28,57%), dan respoden dengan pekerjaan ibu rumah tangga berjumlah 18 orang (25,71%). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat masing-masing memiliki pekerjaan yang berbeda-beda tersebut sama-sama memiliki minat serta kebutuhan untuk menggunakan jasa Konveksi Konco Dewe.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan 2 variabel independen (bebas), yakni kualitas Produk dan Harga. Sedangkan, kepuasan Pelanggan dijadikan sebagai variabek dependen-nya (terikat). Dengan pengembangan ke-tiga variabel tersebut,maka disusunlah angket penelitian yang diberikan kepada para responden, dimana angket tersebut terdiri dari 34 pernyataan yang terbagi ke dalam 3 kategori,yakni:

1) 14 pernyataan yang berfungsi untuk mengetahui pengaruh yang diberika oleh Kualitas Produk (X1)
2) 8 pernyataan yang berfungsi untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh Harga (X2)
3) 12 pernyataan yang berfunsi untuk mengetahui pengaruh yang diterima oleh kepuasan pelanggan (Y)

D. Hasil Analisis Kuantitatif

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali,"berbagai nilai validitas dari setiap pernyataan pada kuesioner penelitian dapat dilihat berdasarkan perbandingan antara r hitung dan r tabel-nya. Pada tingkat signifikan 5% dengan jumlah N=42, nilai r table dari suatu kuesioner adalah 0,312. Apabila nilai r hitung > r table (0,312) maka pernyataan dari kuesionertersebut dinyatakan valid.[45]

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui ketetapan tiap butir atau item instrument. Sebagai uji coba instrument, mana data yang digunakan dalam uji validitas sebanyak 42 responden yang merupakan sampel dari populasi penelitian.

Dalam penelitian ini, validitas dari indikator dianalisis menggunakan df (*degree of freedom*) dengan rumus df = n-2, dimana n = jumlah sampel. Jadi df yang digunakan adalah 42-2 = 40 dengan alpha sebesar 5%, maka hasil nilai r_{tabel} sebesar 0,312. Selanjutnya data diolah menggunakan SPPS 16.0. perhitungan uji validitas berdasarkan pada perbandingan antara r_{hitung} dan $r_{tabel.}$ Apabila rhitung>rtabel maka pernyataan dianggap valid

[45] Moch.Ghozali.*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ekspedisi di Surabaya.*(Surabaya:Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen,2014)Vol.3.Hal.49

Tabel 4.5

Tabel Validitas Kualitas Produk(X1)

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk	X1_Q1.1	0,426	0.312	Valid
	X1_Q1.2	0,631	0,312	Valid
	X1_Q2.1	0,521	0,312	Valid
	X1_Q2.2	0,472	0,312	Valid
	X1_Q3.1	0,661	0,312	Valid
	X1_Q3.2	0.444	0,312	Valid
	X1_Q4.1	0,606	0,312	Valid
	X1_Q4.2	0,624	0,312	Valid
	X1_Q5.1	0.565	0,312	Valid
	X1_Q5.2	0,458	0,312	Valid
	X1_Q6.1	0,314	0,312	Valid
	X1_Q6.2	0.692	0,312	Valid
	X1_Q7.1	0,391	0,312	Valid
	X1_Q7.2	0,419	0,312	Valid

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS 16.0

Berdasarkan pengujian pada table validitas, diketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari Kualitas Produk yang digunakan dalam penelitian adalah valid.

Tabel 4.6

Tabel Validitas Harga (X2)

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga	X2_Q1.1	0,436	0,312	Valid
	X2_Q1.2	0,338	0,312	Valid
	X2_Q2.1	0,657	0,312	Valid
	X2_Q2.2	0.653	0,312	Valid
	X2_Q3.1	0,582	0,312	Valid
	X2_Q3.2	0,474	0,312	Valid

	X2_Q4.1	0,447	0,312	Valid
	X2_Q4.2	0,546	0,312	Valid

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 16.0

Berdasarkan pengujian pada table validitas, diketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari Harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.7

Tabel Validasi Kepuasan Pelanggan(Y)

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	Y_Q1.1	0,481	0,312	Valid
	Y_Q1.2	0,480	0,312	Valid
	Y_Q2.1	0,505	0,312	Valid
	Y_Q2.2	0.445	0,312	Valid
	Y_Q3.1	0,336	0,312	Valid
	Y_Q3.2	0,685	0,312	Valid
	Y_Q4.1	0,621	0,312	Valid
	Y_Q4.2	0,515	0,312	Valid
	Y_Q5.1	0,376	0,312	Valid
	Y_Q5.2	0,369	0,312	Valid
	Y_Q6.1	0,327	0,312	Valid
	Y_Q6.2	0,485	0,312	Valid

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 16.0

Berdasarkan pengujian pada table validitas, diketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari Harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan memiliki konsistensi sebagai alat ukut atau tidak. Suatu

variabel dikatakan memiliki reliabilitas tinggi reliable jika memiliki koefisien *Cronbach's alpha* sebesar … berikut ini hasil uji reliabilitas Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan.

Tabel 4.8
Tabel Uji Reliabilitas Kualitas Produk
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.787	14

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 16.0

Tabel 4.9
Tabel Uji Reliabilitas Harga
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.613	8

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 16.0

Tabel 4.10
Tabel Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.648	12

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 16.0

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas, diketahui seluruh variabel memiliki reliable tinggi, yaitu nilai *cronbach's alpha* diatas 0,6 yang berarti kuesioner yang digunakan reliable sebagai alat ukur.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistic parametic. Untuk mengetahui apakah data ini berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan pengujian dengan pendekatan *Kolmogorov-Smirnow*.

Tabel 4.11

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

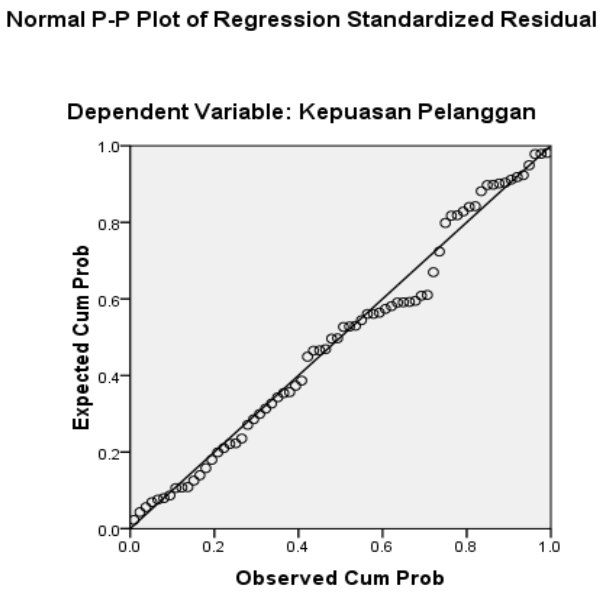
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.52849209
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.064
Kolmogorov-Smirnov Z		.857
Asymp. Sig. (2-tailed)		.455
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data c. Liliefors Significance Correction		

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 16.0

Dikatakan normal apabila nilai tingkat signifikasinya > 0,05 begitu juga sebaliknya, apabila tingkat signifikasinya <0,05 tidak normal. Berdasarkan pada table tersebut, nilai sig pada table *One Sample Kolmogorov-Smirnov* ialah 0,455, maka lebih besar dari 0,05 (0,455>0,05) sehingga data distribusi normal.

Gambar 4.1

Uji normalitas Data



Sumber: Data angket yang diolah,2021

Selain itu, hasil dari metode Kolmogorov Smirnov diatas juga didukung dengan hasil uji normalitas dengan menggunakan metode normal P-P Plot pada gambar diatas memperlihatkan distribusi dengan titik-titik data yang telah menyebar di sekitar garis diagonal sekaligus mengikuti garis diagonal tersebut secara searah. Dengan begitu, data pada seluruh variabel penelitian ini dinyatakan bersifat normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat adanya kolerasi antar variabel independen di dalam suatu model regresi.[46] Uji asumsi klasik sejenis ini digunakan pada analisis regresi berganda dengan jumlah 2 variabel atau lebih, dimana tingkat pengaruh atau keerat hunungan dari masing-masing variabeltersebut dapat diukur dengan menggunkan koefisien korelasi (r). Jika nilai r <0,6, maka akan dianggap terjadi multikolinnearitas. Selain melalui r, multikolinearitas juga dapat diketahui dengan menggunakan besaran *VIF (Variance Inflation Factor)* pada aplikasi SPSS. Apabila nila VIF<10, maka Multikolinearitas akan dianggap tidak terjadi. Pada penelituan ini hasil uji multikolinearitas dari setiap variabel-bya dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 4.12

Uji Multikolineritas

Coefficients[a]		
	Collinearity Statistics	
Model	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Produk	1.000	1.000
Harga	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data angket yang diolah,2021

Berdasarkan table *Coeffcients* diatas, hasil yang diperoleh pada kolom VIF adalah sebesar 1,000 untuk variabel Kualitas Produk, 1,000 untuk

[46] Agus EkoSujianto.*Aplikasi Statistik.*(Jakarta: Prestasi Pustaka,2009)hal.97

variabel Harga. Sehingga, hasil tersebut memperlihatkan bahwa berbagai variabel tersebut tidak terlibat multikolinieritas, karena semuanya memiliki nilai VIF dibawah 10 (VIF<10).

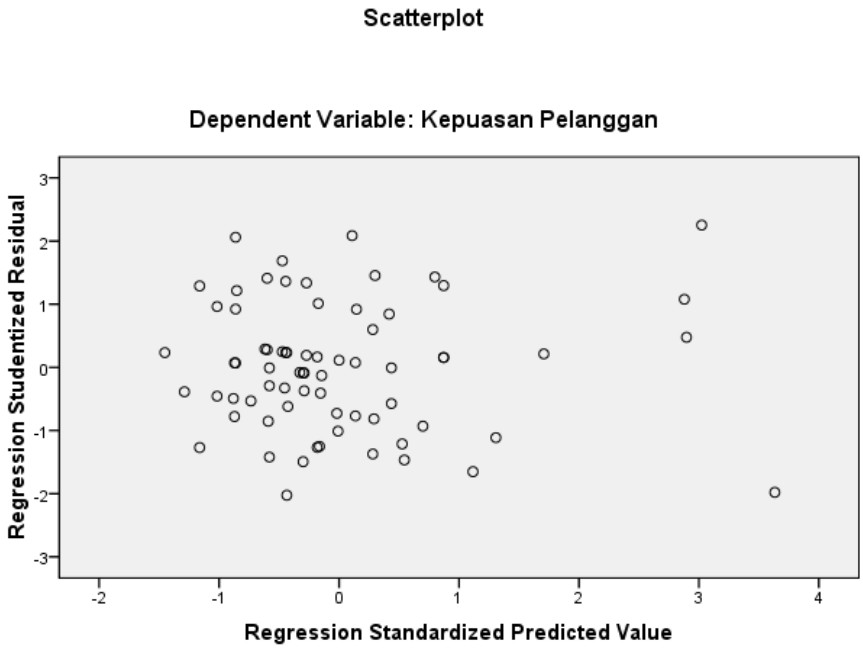
c. Uji Heteroskesdastisitas

Uji Heteroskesdasititas berfungsi untuk melihat terjadinya suatu ketidaksamaan varian dari residual pengamatan satu ke pengamatan lainnya. Heteroskesdastisitas dinilai terjadi apabila suatu residual memiliki varian yang berbeda. Sedangkan apabila variannya sama, maka akan dianggap terjadi suatu yang disebut dengan homokedastisitas. Pola gambar *scatterplot* akan menjadi dasar penilaian keberadaan heteroskedastisitas pada suatu model.[47] Scatterplot yang menemukan terjadinya heteroskesdastisitas akan memperlihatkan titik-titik yang tidak menyebar di bagian atas dan bawah titik 0, serta membentuk pola tertentu seperti zig-zag menumpuk, dan lain sebagainya.

[47] Agus Widarjono.*Analisis Statistika Multivarian Terapan.*(Yogyakarta:STIE YKPN 2010).Hal.111

Gambar 4.2

Uji Heteroskesdastisitas



Sumber: Data Primer, diolah SPSS 16.0

Dari table *Scatterplot* diatas menunjukkan bahwa titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian terbebas dari asumsi heterokedastisitas.

Tabel 4.13

Uji Heterokesdastitas Glejser

Variabel	Sig	Kesimpulan
X1	0.123	Tidak terjadi
X2	0,139	Tidak Terjadi

Uji heterokesdastisitas Gajser adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila sig > 0,05 maka tidak terjadi

heterokesdastisitas, sebaliknya apabila sig <0,05 maka, terjadi heterokesdastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda 3 Predaktor

Tabel 4.14

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.252	7.652		4.868	.000
	Kualitas Produk	.142	.065	.255	2.166	.034
	Harga	.133	.217	.072	.612	.542

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber:Data angket yang diolah,2021

Sesuai dengan hasil diatas, berikut ini adalah persamaan regresi yang terakhir dari data tersebut:

Y= 37.252+0,142X1+0,133X2

Dimana,

Y: Kepuasan Pelanggan

X1: Kualitas Produk

X2: Harga

Keterangan:

1) Konstanta 37.252 menerangkan bahwa jika seluruh variabel independen tidak ada atau katiga-nya 0(nol),

maka nilai Kepuasan Pelanggan-nya adalah 37.252 satuan.

2) Koefisien regresi X1 (Kualitas Produk) sebesar 0,142, artinya setiap peningkatan pada variabel Kualitas Produk (X1) sebesar satu satuan dapat menyebabkan kenaikan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,142 satuan.

3) Koefisien regresi X2 (Harga) sebesar 0,133, artinya setiap peningkatan pada variabel Harga (X2) sebesar satu satuan dapat menyebabkan kenaikan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,133 satuan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dengan variabel Y, apakah variabel independen benar-benar berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial. Untuk menginterpretasikan koefisien variabel bebas dapat menggunakan *unstandardiset Coefficient* maupun *Standardiset Coefficient* yaitu melihat signifikansi masing-masing variabel. Pada tingkat signifikansi α=5%.

HI= Terdapat pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

H2= Terdapat pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

H3= Terdapat pengaruh simultan Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.15 Uji T

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	37.252	7.652		4.868	.000
Kualitas Produk	.142	.065	.255	2.166	.034
Harga	.133	.217	.072	.612	.542

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data angket yang diolah,2021

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan tingkat signifikan 0,05. Sementara nilai t_{tabel} sebesar 1,998 berasal dari

t tabel = t(a/2:n-k-1)

=t(0,025:70-2-1)

=t(0,025:67)

=1,998

a. Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai t hitung dari variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 2,166 > 1,998 (t tabel), maka variabel tersebut dinilai berpengaruh terhadap

Kepuasan Pelanggan. Sedangkan, nilai signifikan dari X1 adalah 0,034 < 0,05 (taraf signifikansi), maka pengaruh tersebut akan dianggap signifikan.

Degan begitu , maka H0 pada hipotesis pertama ditolak dan dapat disimpulkan bahwa koefisien Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Selain itu, hal tersebut juga menunjukkan bahwa hipoyesis "Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Konveksi Konco Dewe" dinilai telah teruji.

b. Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai t hitung dari variabel Harga (X2) sebesar 0,612< 1,998 (r tabel), maka variabel tersebut dinilai tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan, nilai signifikan dari X2 adalah 0,542 < 0,05 (taraf signifikansi), maka pengaruh tersebut akan dianggap signifikan.Oleh sebab itu, maka H0 pada hipotesis kedua ditolak dan HI diterima.

c. Pengaruh Dominan Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.16

Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel	Sig	Unstandardized Coefficients (β)
Kualitas Produk	0,034	0,184
Harga	0,542	0,177

Sumber: Data angket yang diolah, 2021

Langkah pertama yang dilakukan dalam menentukan variabel dominan adalah dengan melihat nilai signifikan-nya. Berdasarkan data dari tambel diatas, dapat diketahui bahwa variabel X1 memiliki nilai signifikan dibawah 0,05(taraf signifikan,) sedangkan variabel X2 memiliki nilai signifikan diatas 0,05 (taraf signifikansi) yang membuat seluruh variabel tersebut masih diperhitungkan lagi dalam penentuan variabel dominan. Variabel yang memberikan pengaruh dominan merupakan variabel yang memiliki nilai β terjauh dari angka 0. Jadi, Kualitas Produk (X1) merupakan variabel yang memberikan pengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai β-nya yang berada pada angka 0,184 lebih jauh dari angka 0 jika dibandingkan dengan Harga (0,177).

Dengan begitu, maka H0 pada hipotesis keempat ditolak dan dapat disimpulkan bahwa koefisien Kualitas Produk (X1) memeberikan pengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan. Selain itu, hal tersebut juga menunjukkan bahwa hipotesis “dari variabel Kualitas Produk dan Harga adalah variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan Konveksi Konco Dewe” telah teruji.

b. Uji F

Uji f digunakan untuk mengujipengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan.

H_o = tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara simultan (bersama-sama)

H_2 = terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara simultan (bersama-sama)

Tabel 4.17 Uji F

ANOVA[b]

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	65.732	2	32.866	2.563	.085[a]
Residual	859.068	67	12.822		
Total	924.800	69			

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data angket yang diolah,2021

Berdasarkan hasil dari tabel diatas, bahwa nilai F hitung yang diperoleh sebesar 2.563 dengan tingkat signifikan 0,085. Hasil F tersebut lebih besar jika dibandingkan dengan F tabel-nya yang 3,132, sedangkan hasil nilai signifikan-nya lebih kecil dari taraf signifikasi-nya (α=0,05), hasil tersebut memperlihatkan bahwa variabel bebas (Kualitas Produk dan harga) secara bersamaan atau simultan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat dari penelitian ini,yakni Kepuasan Pelanggan Konveksi Konco Dewe.

Dengan hasil tersebut, maka hipotesis dari "Kualitas Produk dan Harga secara simultasn berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Konveksi Konco Dewe" dinilai telah teruji.

5. Uji Koefisien Determinasi

Analisi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel *independen* terhadap variabel *dependen,* dengan melihat nilai *Adjusted R Square* dari data tabel *model Summary.*

Tabel 4.19

Tabel Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.267[a]	.071	.043	3.58077

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

Sumber: Data angket diolah,2021

Berdasarkan tabel diatas, nilai *R Square* (koefisien determinasi) yang diperoleh sebesar 0,071. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan Kualitas Produk dan Harga secara simultan (bersama-sama) terhadap Kepuasan Pelanggan Konveksi Konco Dewe yaitu sebesar 0.071 atau 0,71%, artinya jumlah Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kelompok referensi.